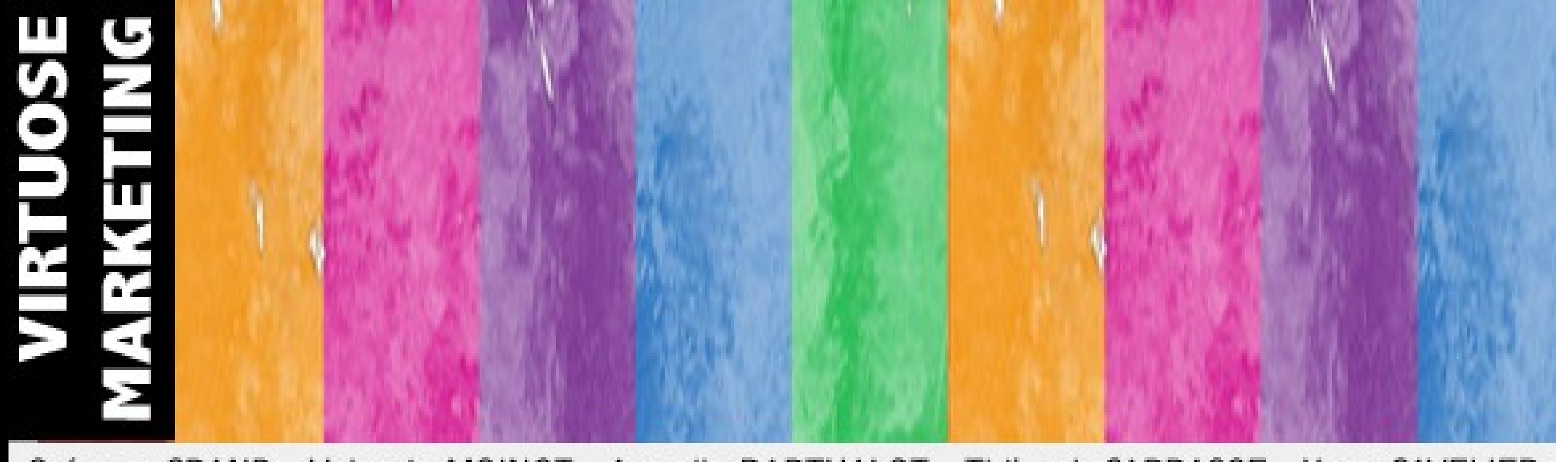


Grégory GRAND - Valentin MOINOT - Armelle BARTHALOT - Thibault CARRASSE - Yvon CAVELIER
Christophe MONGREDIEN - Marie-Noël DAMAS - Claude AUSSANT - Pierre-Antoine BOUTENAN

Comment écrire des articles de blog *à succès*

9 blogueurs influents vous dévoilent leurs techniques pour écrire comme un pro

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

COMMENT ÉCRIRE DES ARTICLES DE BLOG À SUCCES

9 blogueurs influents vous dévoilent leurs techniques pour écrire comme un pro

Écrit par

Grégory GRAND
Valentin MOINOT
Armelle BARTHALOT
Thibault CARRASSE
Yvon CAVELIER
Christophe MONGREDIEN
Marie-Noël DAMAS
Claude AUSSANT
et Pierre-Antoine BOUTENAN

Sur une idée originale de Cédric VIMEUX
du blog Virtuose Marketing

Crédits Photos
© Marc Dietrich – Fotolia.com
© Timo Darco – Fotolia.com
© awx - Fotolia.com

LICENCE À RESPECTER

Le simple fait de posséder ce livre vous donne le droit de l'**offrir en cadeau** à qui vous le souhaitez, en version numérique uniquement.

Vous pouvez:

- l'offrir sur votre blog ou votre site
- l'offrir aux abonnés de votre newsletter
- l'offrir en bonus cadeau avec un autre produit
- l'inclure dans un package

Vous n'êtes **PAS autorisé** à le vendre, ni à l'intégrer dans des offres punies par la loi dans votre pays (chaîne de lettres, système pyramidal, etc.)

Il est strictement interdit de recopier intégralement ou en partie le contenu de ce livre.

Tous les articles contenus dans ce livre **sont et resteront** la propriété de leurs auteurs respectifs.

TABLE DES MATIERES

POURQUOI CE LIVRE
ET QUE PEUT-IL FAIRE POUR VOUS ?

Écrire, c'est espérer.
Écrire, c'est transformer une chose en une autre.
C'est se solidariser avec les autres.
Écrire, c'est l'essentiel dans sa pureté.

- Dominique Lévy-Chédeville

METTONS les choses au clair :

Si vous voulez avoir du succès avec votre blog, vos articles doivent être **remarquables**. **Exceptionnels**. Ils doivent **sortir du lot**, et être construits d'une « certaine façon ».

Ils doivent scotcher vos lecteurs à leur écran. Les pousser à lire jusqu'au point final. Les rendre accrocs. Et leur donner envie de revenir encore et encore sur votre blog.

Suis-je en train de dire que **le succès de votre blog est intimement lié à la qualité de vos articles** ? Absolument !

Parce que **bloguer, c'est avant tout écrire**.

Pour preuve : avez-vous remarqué que tous les meilleurs blogueurs du monde – les blogueurs à succès – sont tous d'excellents écrivains ? Ce n'est pas par hasard.

Mais je vous rassure : il existe des « techniques » pour écrire des articles efficaces. Des plans d'action à suivre. Pas à pas. Et ainsi transformer vos articles en drogue. Une drogue dont vos lecteurs ne pourront plus se passer.

C'est le sujet du livre que vous avez sous les yeux.

Il est le résultat d'un concours organisé sur mon blog : Virtuose-Marketing.com

Il regroupe les **9 articles qui ont reçu le plus de votes**. La crème de la crème des techniques d'écriture.

Si vous avez un blog, ou prévoyez d'en faire un, alors **LISEZ CE LIVRE très attentivement**. Parce que les idées qu'il contient, les astuces qu'il vous dévoile, vont **VRAIMENT** vous aider à booster la notoriété de votre blog. Et – peut-être – à en faire **LA référence** dans votre domaine.

Voici ce que vous allez découvrir :

Tout d'abord, **Grégory BLANC** du blog Virtuose2LaVie vous expliquera en détail comment être efficace avant, pendant et après l'écriture. Parce que vos articles seront efficaces uniquement si VOUS êtes efficace.

Ensuite, vous rencontrerez **Valentin MOINOT,** l'un des prodigieux rédacteurs de l'excellent blog Access-com.fr. Il vous dévoilera comment être convaincant et crédible dans vos articles. Parce que si vos articles ne sont ni convaincants, ni crédibles, alors personne ne les lira. Personne !

Puis, vous ferez la connaissance de la charmante **Armelle BARTHALOT** du blog LeBlogDuMLM. Elle vous détaillera une méthode bien à elle pour rédiger rapidement des articles à succès. Simple, mais diablement efficace.

Thibault CARRASSE, de Net Plume Ultra, prendra la relève et vous apprendra tout ce que vous devez savoir pour que vos articles soient lus. Et pour qu'ils déchainent les passions. Un article vraiment utile.

Yvon CAVELIER, de Copywriting Pratique, muni de sa plus belle plume, vous expliquera ensuite tout ce qui fait la différence entre un blog ennuyeux et un blog apprécié. N'oubliez pas : la pire chose qui puisse arriver pour un article de votre blog, c'est d'être ennuyeux. Cela ne vous arrivera pas (si vous lisez l'article de Yvon...)

Vous apprendrez ensuite comment utiliser la puissance des cartes mentales pour écrire vos articles de blog. C'est **Christophe MONGREDIEN** du blog Efficartes – LE spécialiste du Mind Mapping – qui vous fera cet excellent cours. Vous n'écrirez plus jamais vos articles de la même façon après cela. Vous pouvez me croire ;)

Chose faite, c'est la très enthousiaste **Marie-Noël DAMAS** des Éditions Label Vie qui vous parlera du côté « psycho » de l'écriture. Un article à ne surtout pas négliger, car la force de votre écriture est toujours le reflet de ce qui se passe dans votre tête.

Ensuite, ce sera au tour de **Claude AUSSANT** du blog Réussir sur Internet de vous dévoiler point par point les 7 critères infaillibles – que la plupart des blogueurs ignorent – pour écrire un article de blog à succès.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Ce sera enfin au tour de **Pierre-Antoine BOUDENAN**, le blogueur prometteur de Jeune et Actif, qui vous expliquera sa vision de ce qu'est « un article de blog efficace ».

Mais ce n'est pas tout...

À la toute fin du livre, vous trouverez une autre **mine d'or...**

Quelle est-elle ?

27 autres articles de qualité, dont je vous recommande chaleureusement la lecture. Pour améliorer votre écriture. Écrire plus efficacement. Plus rapidement. Et booster la notoriété de votre blog.

Vous le savez déjà, mais je le dis quand même :

Ce n'est pas ce que vous écrivez dans vos articles qui fera de votre blog un succès, mais **la façon dont vous l'écrivez**.

Lorsqu'on connait les secrets d'une écriture efficace, on peut alors transformer un contenu simple en bombe atomique. Qui déchaine les passions. Qui provoque des buzz.

C'est le sujet de ce livre. Et bien qu'il soit gratuit, ne sous-estimez absolument pas son contenu. Parce que chacun des auteurs a donné le meilleur de lui-même pour vous l'offrir. Et je suis convaincu que vous vous remercierez vous-même d'avoir, un jour, pris la sage décision de lire ce livre.

J'espère que vous prendrez autant de plaisir à le lire que j'en ai pris à l'éditer.

Je vous souhaite une **excellente lecture**, ainsi que **tout le succès que vous méritez**.

Bien Amicalement,

Cédric VIMEUX

Vous tenez un blog et vous aimeriez participer à nos prochains événements ? Et – peut-être – être publié dans un prochain livre ?

Commencez par vous inscrire sur Virtuose Marketing.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Grégory GRAND

Virtuose2laVie.com

Grégory GRAND est juriste de formation (Doctorat).

Après plusieurs années en tant qu'enseignant en Fac de droit, il décide de tout changer.

Il veut continuer à enseigner et à accompagner les autres, mais dans des domaines plus en rapport avec ce qu'il est.

Adepte du développement personnel et du coaching depuis l'enfance, il se tourne vers ces domaines et, formé à de nombreuses méthodes, il enseigne aujourd'hui la PNL (en partenariat avec EFPNL).

Grégory a une éternelle soif d'apprentissage en matière de potentiel humain.

Autodidacte du monde digital, il est passionné par internet depuis 2006 où il apprend progressivement les techniques marketing du Web.

Il débute fin 2011 son Blog **Virtuose de la Vie** pour partager avec vous ce qu'il enseigne en séminaire : comment muscler et déployer le Virtuose qui est en chacun.

Il a pour projet à court terme le lancement de sa société de formations offline ainsi que la mise en place de différents business on line.

Visitez son blog : www.Virtuose2laVie.com

CE QUE VOUS DEVEZ ÊTRE ET FAIRE POUR ÉCRIRE RAPIDEMENT DES ARTICLES DE BLOGS EFFICACES

par Grégory GRAND

Être efficace, c'est faire des choses qui vous rapprochent de votre objectif.

- Timothy Ferriss

Vous aimez écrire. D'ailleurs, vous publiez régulièrement des articles sur internet.

Seulement voilà : pour vous… écrire c'est parfois long.

Très long même.

Vos doigts restent souvent immobiles sur le clavier. Et le curseur clignote sur la page.

Vous venez de taper 4 lignes et vous êtes déjà perdus dans vos pensées. Cela fait maintenant 7 fois que vous effacez la première phrase.

Vous savez que votre **Virtuose de l'écriture** est bien là, au fond de vous. Mais il n'apparaît qu'au prix de nombreux efforts et de beaucoup de temps.

L'excellent Cédric VIMEUX du blog VirtuoseMarketing, à l'occasion de l'événement interblogueurs auquel cet article participe, pose alors la question : « comment écrire un article de blog efficace ? »

Des idées ?

Voici ma réponse. Elle est très courte : votre article de blog sera efficace si VOUS êtes efficace.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Simple non ? Mais insuffisant. Un peu vague sans doute.

Alors précisons.

Pour pouvoir l'être au moment opportun, il s'agit de savoir QUAND être efficace.

Votre article de blog sera efficace si VOUS êtes efficace…

- **AVANT** que vous n'écriviez
- **PENDANT** que vous écrivez
- **APRÈS** que vous ayez écrit

Reprenons chacun de ces moments pour vous montrer comment les optimiser.

I. Une expérience et une astuce pour être efficace AVANT que vous n'écriviez

L'efficacité de votre article commence avant que vous l'écriviez. C'est-à-dire ?

Laissez-moi vous raconter une petite expérience. Elle est relatée par **Maxwell Maltz**.

L'expérience

On demande à 3 groupes (10 personnes par groupe) de venir tirer des **paniers de basket à 3 points**. Le score de chacun des groupes est enregistré.

On leur explique qu'ils reviendront la semaine suivante pour un nouveau relevé.

Pendant la semaine, chaque groupe reçoit une consigne différente :

- le groupe A doit venir tous les jours au gymnase, pendant 1H, pour s'entrainer à tirer des paniers à 3 points.

- le groupe B doit rentrer chez lui, et ne rien faire.

- le groupe C doit lui aussi s'entrainer 1H chaque jour à lancer des paniers, mais **mentalement**. Les joueurs doivent imaginer qu'ils se tiennent sur la ligne à 3 points et qu'ils tirent. S'ils se voient rater, ils doivent recommencer et imaginer un lancer réussi.

Une semaine plus tard, le groupe A a augmenté son score de 24%.

Le groupe B n'a pas progressé.

Le groupe C a augmenté son score de 23 %.

Vous réalisez ?

Le groupe C a progressé dans les mêmes proportions que le groupe A, sans aller au gymnase mais **en s'entrainant seulement par la visualisation !**

Vous devez profiter de cette puissance de la pensée pour écrire vos articles de blog efficaces. Voici comment.

L'astuce pour écrire des articles efficaces

Asseyez-vous là où vous allez écrire. Les deux pieds sur le sol. Prenez 3 grandes et profondes respirations. Fermez les yeux.

1. Projetez-vous dans le futur :

Visualisez-vous à la place où vous êtes assis, mais imaginez que vous êtes 45 minutes plus tard, **en train de relire l'article que vous venez de terminer et de publier sur votre blog**.

Vous avez un grand sourire sur les lèvres. Car ce que vous venez d'écrire est BON. Très BON même.

Vous avez du **plaisir** en vous relisant.

Vous êtes **fier de vous**. Et content de partager votre plume avec vos lecteurs.

Vous ressentez cette fierté et vous vous entendez vous féliciter. Votre article du jour est maintenant écrit.

Vous pouvez même imaginer que les **blogueurs que vous admirez laissent d'excellents commentaires**.

2. Revenez dans le passé de votre futur :

Ce n'est pas clair ?

L'idée c'est de vous projeter toujours dans le futur mais **plus proche de l'instant présent**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Continuez votre **visualisation**, mais revenez un peu dans le temps : de 45 mn dans le futur vous êtes maintenant à seulement 20 mn par exemple.

Vous vous voyez donc **en plein milieu de la rédaction** de votre article, en train de traitez parfaitement votre thématique du jour.

Vous pouvez entendre le **bruit rapide** que font les touches car vous écrivez rapidement. Vous formulez des phrases qui sortent toutes seules et votre page se remplit.

Vous vous sentez inspiré par votre sujet que vous maîtriser facilement. Vous êtes efficace dans l'écriture.

Rouvrez les yeux : vous allez pouvoir commencer à écrire.

Pourquoi vous devez pratiquer cette visualisation ?

Vous pensez peut-être que cette technique ne sert à rien et qu'elle **fait perdre du temps** ? Vous avez raison.

Cela prend du temps. Environ 3 minutes…

3 minutes qui vont vous éviter d'être paralysé devant votre écran et d'en perdre 30 ensuite.

Dire que cette technique ne sert à rien, c'est comme si vous disiez que faire votre lacet vous fait perdre du temps avant d'aller courir.

Ou qu'allumer votre ordinateur vous fait perdre du temps avant de faire une recherche sur internet.

C'est une étape indispensable.

Car elle prépare votre cerveau, elle « huile » votre Virtuose intérieur. Elle vous fait donc gagner du temps pour la suite car :

- vous avez maintenant focalisé votre cerveau vers **le meilleur de vous-même**
- vous avez contacté et stimulé la **partie « efficacité » en vous**
- vous avez montré à votre cerveau ce que vous **attendez de lui**

Il va donc plus facilement vous aider à aller là où vous voulez. Et donc à écrire efficacement.

Voici comment :

II. Une technique et 2 astuces pour être efficace PENDANT que vous écrivez

L'idée ici est de laisser une **autre partie de vous prendre** les rênes.

Pas la petite voix que vous connaissez bien et avec qui vous dialoguez intérieurement toute la journée.

Mais une partie de vous **qui connaît bien plus** de choses que ce que vous croyez. Une partie **qui peut bien plus** que ce dont vous vous pensez capable.

IL s'agit d'avoir une INTENTION : pas au sens de « volonté » ou de « forcer » consciemment. Juste avoir l'intention d'ouvrir les valves de votre écrivain intérieur. Vous allez inviter cette partie de vous à collaborer.

Comment laisser l'écrivain en vous s'exprimer ?

L'idée est que vous allez écrire sans vous arrêter pendant environ 20 à 30 minutes. Vous devez **laisser le flot continu** de ce que vous voulez dire **se déverser** sur l'écran.

Peu importe les coquilles, les fautes de frappes ou d'orthographe. Peu importe si les phrases sont mal construites.

L'astuce est qu'il est absolument interdit de stopper vos doigts qui dansent **sur le clavier** pendant au moins 20 minutes.

Vous avez du mal à vous lancer au départ ?

OK. Alors **commencez par écrire** n'importe quoi au début : racontez votre journée, le film que vous avez vu hier ou ce qui vous passe par la tête.

Vous devez vous obliger à écrire constamment pendant un temps donné. Encore une fois, interdiction de s'arrêter.

Besoin d'une stimulation pour ça ?

Imaginez alors que quelqu'un se tienne derrière vous et vous inflige une petite décharge électrique dès que vous stoppez le mouvement de vos doigts plus de 5 secondes.

Cela vous aidera à jetez **directement** sur l'écran **les idées principales de votre article de blog**. Ne vous occupez pas de l'intro pour l'instant : vous l'écrirez à la fin.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site…

En quoi cet exercice est important ?

Il stimule votre plume. Et votre flot.

Comment ?

Laissez-moi vous parler de théâtre.

Avez-vous déjà remarqué comment un acteur s'y prend pour jouer une émotion ? Tenez, le rire par exemple.

La méthode qui permet d'apprendre à le **déclencher** est très simple : on vous invite à penser à une situation drôle, puis à vous « forcer » à rire au début. A faire semblant de rire.

Peu à peu, en continuant, le rire va s'installer et se lancer pour de bon. Vous allez rire de bon cœur.

Le cerveau fonctionne comme ça. Il faut le **stimuler** un peu au départ puis il s'emballe.
Plus vous écrivez de façon continue, plus vous autorisez **votre créativité** à venir vous visiter et à s'installer dans votre esprit.

- ➔ Les idées vont ainsi venir rapidement à propos de votre sujet.
- ➔ Les émotions vont venir : laissez-vous alors envahir par ce qui vous vient, pour mieux le partager avec votre lecteur.

Soyez **excité** de raconter ce que vous êtes en train d'écrire. Soyez porté par ce que vous vivez, et emportez avec vous **votre lecteur**.

Suscitez chez lui des émotions, cela rend votre article plus efficace. Deux excellents billets sur le sujet ont été écrits *ici* et *ici*.

Vous constaterez au bout d'un moment que ça n'est plus tellement votre rationnel qui écrit, mais une autre partie de vous. Plus efficace.

Vous allez pouvoir alors **capter** plus facilement l'attention de vos lecteurs.

Deux astuces pour accrocher vos lecteurs

Durant cette période d'écriture continue, vous ne devrez penser qu'à DEUX choses :

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

1. Écrivez en vous adressant à UNE personne

Imaginez que vous êtes en train d'écrire pour un seul lecteur. Pas pour **les foules**.

Même s'ils sont très nombreux, chaque lecteur lira individuellement vos propos. S'adresser **directement** à lui rend votre plume plus claire et plus personnelle.

Vous avez déjà reçu des emails ou des textos qui étaient destinés rien qu'à vous, et des emails ou des textos envoyés à 50 destinataires à la fois ?

Lesquels étaient les plus personnels ?

En écrivant pour UN lecteur, vous créez un lien d'intimité.

2. Maintenez votre lecteur éveillé

Comment ?

En posant des questions. Pourquoi ?

Parce que la question accroche l'esprit. Elle maintient votre lecteur impliqué.

Vous voulez un exemple ?

OK. Je répète.

Vous pouvez aussi maintenir votre lecteur éveillé en posant des questions car la question accroche l'esprit et maintient votre lecteur impliqué.

Vous percevez une différence ? Un peu plus monotone non ?

Les questions vous permettent d'**entrer dans l'esprit de celui à qui vous vous adressez**. Car votre lecteur se pose des questions en vous lisant. Et si votre question rejoint celle qu'il vient de se poser, **alors vous êtes capable de lire sa pensée**.

Et vous êtes donc certain qu'il continuera sa lecture. Un excellent article au sujet des questions a été écrit ici.

Reste maintenant à peaufiner le texte que vous avez ainsi écrit, et à l'optimiser pour en faire un article de blog efficace.

Voici comment :

III. Trois conseils pour être efficace APRES que vous ayez écrit

La relecture et l'édition sont très importantes. Voici comment vous y prendre :

Relisez une fois, lentement, en corrigeant les fautes

C'est là où **vous effacez** les coquilles, les mots à l'envers et **les fautes** d'orthographe qui sont survenus lorsque vous écriviez sans vous arrêter.

Vous avez un petit doute sur un mot ou une conjugaison ?

Facile ! Ouvrez un nouvel onglet et consultez les dictionnaires en ligne.

Rythmez votre écriture

Voici trois points sur lesquels vous pouvez agir pour donner du rythme à votre article.

1. Coupez vos phrases en deux

En déversant votre premier jet d'un coup, vous avez peut-être fait des longues phrases. Le genre de phrase qui contient plusieurs propositions, avec une idée, imbriquée dans une autre idée, elle-même imbriquée dans…

Coupez-la en deux. Et simplifiez.

Remplacez-la par une phrase courte. Très courte même. Ou parfois un peu plus longue. L'essentiel est qu'il y ait des *changements de rythme*, pour éviter la **monotonie** de la lecture.

2. Adoptez la tournure active

Remplacez tous les verbes qui sont en tournure passive par une tournure active.

Évitez par exemple : « comment un article de blog peut-il être écrit efficacement ? »

Préférez « comment écrire un article de blog efficace ? »

Privilégiez des verbes d'action. Décider, communiquer, optimiser, gagner, appliquer, tester, distribuer, inciter, sont par exemple des verbes d'action.

Vous **mettez** ainsi **du mouvement** dans votre écriture.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

3. Aérez vos lignes et vos paragraphes

L'idée est de rendre votre texte visuellement **attirant** et **confortable**.

De très bons conseils sont donnés ici.

N'hésitez pas à mettre certaines expressions clés en italique ou en gras ***pour appuyer vos propos***.

Et voici le dernier conseil qui aidera vos articles à toucher plus intensément un plus grand nombre de lecteurs.

Rendez votre écriture Universelle

Vous percevez le monde grâce à vos cinq sens. Les sens, ce sont les fenêtres par lesquelles vous découvrez votre environnement.

Seulement, **chacun fonctionne avec une fenêtre sensorielle préférée**.

On vous a peut-être déjà dit que vous étiez plus visuel, plus auditif ou alors plus kinesthésique (vous avez besoin de toucher les choses).

Admettons que vous fonctionnez avec le visuel en sens dominant.

Vous utilisez en majorité des expressions comme « je vois ce que tu veux dire », « c'est clair », « c'est flou », « bien vu », « j'ai eu un flash ! » etc.

Dans votre article, ce seront des verbes comme regarder, montrer, cacher, visualiser, éclairer, etc.

Vos lecteurs visuels, eux, **capteront facilement** vos textes.

Mais… tout le monde n'est pas visuel !

Quelle est alors l'astuce ? Écoutez bien.

Pour toucher le maximum de vos lecteurs, *ne restez pas dans votre canal sensoriel privilégié* : utilisez des mots variés qui englobent les 5 sens.

Vous sentez le truc ?

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Décrivez aux gens ce qu'ils peuvent voir, mais aussi entendre, ressentir, toucher, sentir, goûter.

Variez les verbes.

Parcourez **vos écrits** et remplacez certains mots pour ne pas stimuler qu'un seul canal sensoriel de vos lecteurs.

Des exemples ?

Prenez les dernières phrases que vous venez de lire. :)

Cette astuce est très simple à mettre en place : remplacez un « Regardez » par un « écoutez », un « vous voyez ? » par un « vous sentez le truc ? », un « relisez les dernières phrases » par un « prenez les dernières phrases », etc.

Entendu ?

Cette dernière étape est vraiment **puissante** car vous vous adressez ainsi au plus grand nombre.

Vous jouez avec les sens. Et l'essence des mots.

Alors, prêt à être efficace ?

Article rédigé par Grégory GRAND
www.virtuose2lavie.com

Vous avez aimé cet article ?

Alors cliquez ICI et laissez un petit commentaire sur le blog de Grégory GRAND.

Grégory vous recommande également la lecture de ces 4 articles :

1. Pourquoi vous assoir toujours à la première place freine votre réussite

2. Savez-vous que les secrets pour vous enrichir sont dans la nature ? Une histoire de coudoux.

3. Pourquoi vous ne devez PAS avoir confiance en vous ?

4. Ce que personne ne vous dit sur vous-même : vous passez votre temps à manipuler.



Valentin MOINOT

Access-Com.fr

Valentin MOINOT est le directeur de Access Com', une entreprise de communication en ligne créée en 2010.

Son équipe se compose de trois membres : Maud, qui se charge de la conception graphique, Pierrick, qui s'occupe de la rédaction de contenus pour les entreprises, et bien sûr, Valentin.

Ensemble, ils sont directement en contact avec le client durant toute l'élaboration des visuels et supports, de manière à lui apporter entière satisfaction.

Toujours dans cette idée d'aider et d'accompagner les entreprises, le site Internet a accueilli il y a peu un blog dédié aux dirigeants et entrepreneurs, qui offre conseils et infos sur toutes les thématiques qui peuvent intéresser un créateur d'entreprise impliqué : marketing et communication, management, juridique, Web,…

L'optique est non seulement d'apporter idées et suggestions aux chefs d'entreprise, mais aussi de leur permettre un véritable échange, à la fois sur le site et les réseaux sociaux.

Visitez son blog : www.Access-Com.fr

APPRENEZ À RÉDIGER LES ARTICLES LES PLUS CONVAINCANTS

par Valentin MOINOT

On ne convainc pas les masses avec des raisonnements, mais avec des mots.

- Bernard Grasset

Il peut être très utile pour un e-commerçant de proposer un blog à ses clients, en complément de son site de e-commerce.

En effet, proposer régulièrement des articles intéressants incite les internautes à **fréquenter plus souvent votre site**, par ailleurs c'est la meilleure manière de leur **prouver votre sérieux et votre expérience** !

Mais il ne s'agit pas de créer un blog pour créer un blog : encore faut-il proposer des articles sérieux et captivant.

Si vous voulez être sûrs de ne pas donner un coup dans l'eau, voici **les règles essentielles à suivre lors de la rédaction de vos articles** !

I. Identifiez votre cible

Avant même de **penser à écrire un article**, encore faut-il savoir à qui il s'adresse !

La première étape dans la rédaction d'un article est de **trouver son sujet**.

Pour cela, il est essentiel de savoir à qui s'adresse votre blog, et surtout quelles sont **les attentes de votre cible**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Si vous proposez des articles de création d'entreprise pour convaincre des clients particuliers, n'espérez pas capter leur attention !

II. Rédigez vos idées

Votre **cible identifiée** et votre sujet déterminé, pensez à **noter toutes vos idées** sur papier avant de commencer à rédiger l'article.

Cela vous permettra de vérifier que le sujet choisi est **suffisamment riche pour en faire un article**, et surtout que vous êtes capable de le traiter correctement.

Ne gardez que **les idées qui vous paraissent essentielles**.

III. Ordonnez votre article

Cela ne s'entend pas toujours à la simple écoute, mais les grands orateurs sont convaincants, car ils ont passé du temps à ordonner leur discours, **classant leurs idées** les unes après les autres, **préparant soigneusement leurs arguments** en les plaçant à l'endroit même où ils auront le plus de sens.

Vous devez faire preuve du même zèle dans la rédaction de vos articles.

Voici une suggestion de **plan pour vos articles**, à vous de l'arranger pour qu'elle corresponde au mieux à votre écriture :

1. La phrase d'accroche

Si vous ne **captez pas directement l'attention** de votre lecteur, c'en est fini !

N'oubliez pas que les blogs et journaux en ligne sont pléthores sur Internet, et que le temps de votre lecteur est précieux.

Il faut donc clairement lui expliquer, en une phrase, **quel est l'intérêt de votre article**, et pourquoi il doit absolument le lire !

2. L'introduction

Vous vous souvenez sans doute de vos dissertations étudiantes ?

On ne change pas une équipe qui gagne : tout commence par une **rapide introduction**. Votre phrase d'accroche a convaincu le lecteur de ne pas quitter la page, il s'agit désormais de lui **expliquer brièvement le contenu de votre article**.

Hors de question d'énoncer un plan ou un déroulement !

Pensez ici à raconter « la petite histoire » : la situation ou l'évènement qui vous fait dire que le contenu de votre article est important pour votre lecteur, et qui vous a poussé à l'écrire.

3. Le déroulement

Le contenu de votre article, entre l'intro et la conclusion, est réellement son « cœur ». C'est ici que vous devez **apprendre et dire le plus de choses** au lecteur.

Ne le décevez pas en racontant du vent, mais exposez ici **les idées essentielles** que vous avez retenues.

Encore une fois, il s'agit de les ordonner correctement : **avancez une idée après l'autre**, et ne revenez pas sur un élément déjà abordé, sauf si c'est pour en éclairer un nouveau.

Ne restez pas académique : si la théorie est importante, la pratique l'est tout autant. Pensez donc à utiliser des exemples, des images, pour illustrer vos dires et éviter de lasser votre lectorat en cours de route.

4. La conclusion

En fin d'article, pensez bien à écrire une conclusion pertinente.

Inutile de revenir sur chacune de vos idées, il s'agit simplement de montrer que vous ne les avez pas énumérées en vain, mais bien dans l'idée de **prouver quelque chose**.

C'est ici que vous pourrez donner un ou deux derniers conseils à vos lecteurs.

Ne négligez pas cette étape, car c'est véritablement elle qui **marquera votre lecteur**, et dont il se souviendra au moment de se dire si votre blog vaut le détour ou non.

Évitez l'effet « soufflé » : n'accumulez pas des idées complexes avec une conclusion bancale ou hors propos, la déception de votre lectorat serait grande !

5. Le final

Soignez tout particulièrement la dernière phrase de votre article.

Tout comme la phrase d'accroche a réussi à convaincre votre lecteur de rester, le final lui donnera **envie de revenir**.

Pensez à une phrase qui résume bien votre propos, tout du moins l'une de vos idées, mais surtout qui **ouvre à d'autres perspectives**.

Si votre phrase finale peut donner envie de commenter votre article ou de consulter le blog par la suite, c'est encore mieux !

6. Après l'article

Si le final est la fin de votre article au niveau du fond, pensez à rajouter **quelques détails au niveau de la forme**.

Après le final, n'hésitez pas à placer une phrase d'**incitation au commentaire** (par exemple une question directe à vos lecteurs) ou au **partage de l'article sur les réseaux sociaux**.

Votre lecteur peut ne pas penser instinctivement à partager votre article, si bien que des boutons Twitter, Facebook ou Google + peuvent lui rappeler cette possibilité !

Par ailleurs, ne fermez pas votre blog : pensez à lier vers des articles semblables.

Spontanément, un Internaute ne fera pas l'effort de chercher d'autres articles sur votre blog, mais si vous les lui apportez sur un plateau, grâce à un petit « Vous aimerez aussi… », il sautera sur l'occasion !

IV. Restez à l'essentiel

Nous avons évoqué la forme de l'article, il est désormais temps de penser un peu au fond !

En classant vos idées et en rédigeant, pensez bien à ne pas diverger : il faut non seulement rester dans le sujet, mais aussi se limiter à l'essentiel.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Un article n'est pas une thèse !

Pensez bien que votre lecteur sera peut être sur son lieu de travail en consultant votre article, ou aura dans tous les cas bien d'autres choses à faire.

Ne perdez pas votre temps ni le sien : offrez-lui l'essentiel ! S'il désire en savoir plus, les commentaires sont faits pour cela…

V. Gardez une touche personelle

Encore une fois, **un article de blog n'est ni une dissertation, ni une présentation professionnelle.**

Si, en tant que e-commerçant, vous devez garder un minimum de sérieux, n'oubliez pas pour autant de **conserver une touche personnelle**.

Le lien d'un blogueur avec son lectorat est quasi intime, et si on vous suit pour la qualité de vos articles, on vous suivra également pour votre personnalité dans leur écriture.

Quel que soit votre sujet, vous n'êtes certainement pas le seul à en parler.

Sachez donc vous différencier ! Vous préférez travailler avec un commercial froid et distant, ou avec quelqu'un qui garde le sourire et sait se détendre quand il le faut ?

Autre chose : n'hésitez pas à vous adresser directement à votre lecteur. Cela l'impliquera d'autant plus, et créera un certain lien de proximité avec lui.

Le blogueur n'est pas un journaliste, il peut donc se permettre de prendre directement en compte son lectorat.

VI. Évitez l'autopromo

Votre blog n'est pas votre site de e-commerce, et vice-versa. Hors de question de placer des visuels de vos produits ou d'inciter à l'achat dans tous vos articles.

Le lecteur cherche avant tout un **contenu intéressant**, et rien n'est plus désagréable que de se sentir agressé à chaque article. Vous fréquenteriez le blog d'un vendeur d'aspirateurs ?
N'oubliez pas : votre objectif est de créer un lien de proximité avec votre lectorat, de susciter son intérêt, mais jamais de lui vendre vos produits.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Si en découvrant vos articles et votre expérience, votre lecteur a **envie de faire un tour sur votre site marchand**, libre à lui…

VII. Soignez le rendu et la mise en page

À cette étape, votre article évoque un sujet qui touche directement votre cible, il est correctement agencé, contient les idées essentielles, avec tout ce qu'il faut d'exemples et de touche personnelle pour ne pas lasser.

Reste une dernière étape : **le rendu final !**

Quand vous vous présentez à un client ou à un partenaire, vous ne lui proposez pas des catalogues ou documents tachés, couverts de graisse et mal imprimés ?

Pour votre blog, c'est pareil ! Vous devez soigner l'emballage :

1. Corrigez les fautes

Pensez tout d'abord à utiliser le **correcteur automatique** de votre traitement de texte, puis **passez par un œil averti**.

Les fautes ne modifient pas le contenu d'un article, mais font gravement souffrir votre image.

2. Placez des images

Une image s'identifie en un coup d'œil, quand un texte demande un minimum d'effort pour être compris.

Si, en arrivant sur votre blog, l'internaute est attiré par l'image, il y aura beaucoup plus de chance qu'il s'intéresse au texte.

Ne négligez pas cela : votre lecteur est certainement amené à lire des dizaines de choses chaque jour sur Internet, face à un bloc de texte et sur un blog inconnu, il sera vraiment tenté de fermer la page, que votre article soit bon ou non.

Tâchez donc de tout faire pour qu'il laisse une chance à votre texte !

Votre image doit se trouver en tête d'article, pour attirer directement l'œil.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Si votre texte est long, pensez à placer une ou plusieurs autres images en cours de texte, afin que l'internaute n'ait pas l'impression que la lecture lui prendra des heures...

3. Mettre en forme

Dans le même souci de ne pas décourager le lecteur au premier coup d'œil, il est important d'**aérer votre texte**.

Comme expliqué précédemment, mieux vaut se contenter de l'essentiel dans l'écriture d'un article. Néanmoins, même l'essentiel peut être très consistant, si bien qu'il est important de mettre en page votre texte, surtout si celui-ci est long.

Premier détail : pensez à justifier le texte si vous le pouvez (la mise en page « justifiée » met toutes les lignes du texte à égalité, ce qui rend la lecture plus agréable).

Ordonnez-le en paragraphes pour éviter les « blocs » de texte, décourageants au possible.

Dernière chose : si vous le pouvez, ordonnez votre partie en « points » essentiels, grâce à des puces.

Un article organisé en points donne davantage envie, car il paraît plus court, et permet de comprendre en un coup d'œil que vous allez à l'essentiel !

4. Liez votre texte

Dernier petit conseil concernant la forme : pensez à placer des liens dans votre texte, surtout si vous évoquez des sujets complexes ou controversés.

Il ne faut pas hésiter à placer des liens vers d'autres blogs ou sites Internet : d'une car cela vous permettra de montrer à d'autres blogueurs que vous appréciez leur travail, de deux, car cela prouvera à votre lecteur que **vous vous êtes correctement renseigné et maîtrisez votre sujet**.

Naturellement, il est tout aussi important de lier vers d'autres articles de votre blog si nécessaire, notamment si vous proposez des articles en plusieurs parties ou si vous écrivez un article directement en relation avec un précédent.

Vous voilà fin **prêt pour rédiger des articles** qui convaincront vos lecteurs et les inciteront à vous suivre. Et pour vérifier que vous avez bien intégré ces différents conseils, nous vous invitons à nous renvoyer, dans les commentaires de cet article, **vers vos tout derniers articles** !

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

N'hésitez d'ailleurs pas à proposer **vos propres conseils de rédaction d'articles de blog** !

Article rédigé par Valentin MOINOT
www.access-com.fr

Vous avez aimé cet article ?

Alors cliquez ICI et laissez un petit commentaire à Valentin MOINOT.

Voici également 4 autres articles qui devraient vous être utiles :

1. Ne vous passez pas de cette méthode pour rédiger vos arguments commerciaux

2. Découvrez tous nos conseils pour la rédaction de vos conditions générales de vente

3. Lisez cet article et vous n'utiliserez plus Twitter de la même façon

4. Ne ratez pas cet article avant de créer votre site e-commerce

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Armelle BARTHALOT

LeBlogDuMLM.com

Armelle BARTHALOT est l'auteur et le créateur du blog du mlm (MLM = Multilevel Marketing ou encore Marketing de Réseau).

Elle est passionnée par le marketing de réseau et s'intéresse particulièrement aux méthodes qui permettent de développer l'activité de MLM "en ligne". Elle s'inspire pour cela des méthodes américaines qui sont en train de révolutionner l'approche traditionnelle du marketing relationnel.

Vous y apprendrez notamment à tester vos compétences d'alpha leader, à comprendre pourquoi 90% de vos prospects n'achèteront pas vos produits, ou encore à vous servir de facebook pour générer des prospects.

Et si vous maitrisez l'anglais, vous aurez gratuitement accès à une plateforme de formation d'un des meilleurs système de marketing américain : My Lead System Pro (MLSP).

Visitez son blog : www.LeBlogDuMLM.com

PETITE MÉTHODE POUR LES BLOGUEURS QUI VEULENT ÉCRIRE DES ARTICLES EFFICACES

Par Armelle BARTHALOT

Les mots donnent en moyenne autant d'idées que les idées donnent de mots.

- Paul Valéry

Comme vous le savez, je conseille vivement à tous les réseauteurs de **créer un blog** au travers duquel ils pourront se faire connaitre, créer une relation, apporter de la valeur et se distinguer de la masse des autres distributeurs.

Alors, si j'ai choisi de vous montrer qu'il est très facile de trouver **des idées d'articles efficaces**, dans tous les domaines, grâce à deux petites méthodes.

Mais avant de vous les dévoiler (roulement de tambour), j'aimerais tout de même préciser ce que j'entends par un article de blog efficace.

I. Un article de blog efficace

En effet, si l'on considère qu'**un blog n'est pas un site de vente en ligne**, mais un **puissant outil de marketing** qui donne de l'information et qui vous positionne et vous crédibilise, la notion d'efficacité n'est forcément pas la même que celle qu'ont les blogueurs qui veulent tirer un revenu de leur blog.

Dès lors, et à mon sens, un article efficace est un article qui va apporter quelque chose au lecteur, qui va l'aider, qui va l'informer, qui va le guider dans sa prise de décision et qui dans l'idéal et dans le super efficace, va résoudre son problème !

Un blog est **LE véritable couteau** suisse pour régler les problèmes des autres, à condition de rester concentré sur sa cible, d'être spécifique, de ne pas essayer de s'adresser à tout le monde en général, sinon personne en particulier n'écoutera.

À présent entrons dans le vif du sujet : comment écrire un article de blog efficace… pour résoudre les problèmes de vos lecteurs.

Bonne nouvelle, il n’est pas nécessaire d’être créatif (ouf), ni de passer des heures en regardant par la fenêtre et en attendant l’inspiration, tout en mâchouillant le bout de votre crayon.

II. Votre bibliothèque

Je suis certaine que vous avez un coin bien à vous, une table de chevet, une étagère, un coin de bureau, sur lesquels s’entassent **des livres que vous avez achetés et que vous devez lire**.

J’ai raison ?

Alors voilà ce que vous allez faire : prenez un de ces livres et demandez-vous pourquoi vous l’avez acheté. À quelle question il devait répondre.

Personnellement sur mon bureau, j’ai une dizaine de livres qui sont « en attente ».

Parmi ceux-ci j’ai « La magie de voir grand » de **David Schwarz** et je l’ai acheté pour répondre à cette question que je me pose : « Comment faire pour voir plus grand pour atteindre des objectifs encore plus grands ».

Est-ce que vous ne pensez pas que **cela ferait un titre d’article de blog intéressant**, qui donnerait envie d’être lu et qui pourrait apporter quelque chose ?

J’ai également le livre de Zig Ziglar « Secrets of closing the sale » (les secrets pour conclure une vente) que j’ai acheté parce que je me demandais « Existe t-il une phrase ou un mot en particulier pour inciter les gens à acheter ? » Encore un bel article à écrire, non ?

Ceci marche également avec **toutes les formations que vous avez achetées**, les audios, et les webinars que vous avez suivies.

Pour chacun d'eux, demandez-vous **pourquoi vous vous êtes inscrits.** Regardez-les ou écoutez-les à nouveau, et voyez comment ils ont répondu à vos questions.

Ce que vous devez savoir, ou plutôt ce dont vous devez prendre conscience, c’est que si ces ouvrages ou formations existent c’est qu’i**l y a une demande**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Donc, que vous n'êtes pas la seule personne sur terre à vous poser cette question. Bien au contraire, vous êtes d**es milliers à vous la poser** et à vouloir savoir comment faire.

Alors n'est-ce pas le moment de partager avec toutes ces personnes, ce que vous venez d'apprendre, de comprendre et la façon dont cet ouvrage a répondu à votre question ?

Lisez-le ou feuilletez-le à nouveau et faites une liste, les gens adorent les listes, la vie est prenante et là, c'est un raccourci :

- ➔ 5 façons de...
- ➔ 8 trucs pour...
- ➔ 4 méthodes pour...

Et si vous voulez **écrire un article tous les jours**, sans débourser un centime, rendez-vous dans une bibliothèque, allez aux rayons marketing, développement personnel, management, leadership, médecine naturelle ... feuilletez les livres et faites vos listes. **C'est sans limites !**

Par contre, **citez toujours l'auteur et l'ouvrage dont vous vous êtes inspiré** pour écrire votre article. Vous pouvez même y mettre un lien d'affilié. Vous ne deviendrez pas riche, mais vous pourrez en acheter un autre !

Vous avez sous vos yeux, le produit de cette méthode !

Eh oui, cet article est inspiré d'une webinar que j'ai suivie auprès d'un top Réseauteur américain du nom de **Ray Higdon**.

Vous voyez... ça marche !

III. Demandez aux gens

Si l'on part du principe que **les gens sont sur internet parce qu'ils cherchent une réponse** à leur question, votre blog sera efficace s'il parvient à **répondre à cette question**, qui est probablement la même que vous vous êtes déjà posée à un moment, avec de nombreuses autres personnes.

Et si vous n'avez aucune idée des questions que les gens se posent alors **demandez-leur !**

1. Lors d'une réunion

Si vous êtes à un séminaire, une formation, une réunion de présentation, un colloque ... faites passer une feuille de papier (je vous conseille de laisser les réponses anonymes), sur laquelle les personnes pourront inscrire **leur principal problème et question**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

2. Questionnaire et sondage en ligne

Il est aujourd'hui très facile de créer un **sondage-questionnaire en ligne** grâce notamment à deux outils : **SurveyMonkey** et **Google docs**.

Posez des questions à vos lecteurs et voyez les domaines dans lesquels vous pouvez les aider. C'est simple, rapide et gratuit.

Rédigez ensuite vos articles de façon à répondre à ces questions, même si pour cela vous devez aller chercher dans les livres.

Et s'il n'y a pas une réponse précise ? Dressez un résumé des différents courants de pensée, des différentes pratiques, que vous aurez découvertes, afin que vos lecteurs se fassent leur propre opinion.

Avec ces deux méthodes, vous pourrez **écrire des articles efficaces tous les jours** et surtout, cerise sur le gâteau, vous apprendrez sans cesse !

Plus que jamais, votre Savoir est un Pouvoir.

Article rédigé par Armelle BARTHALOT
www.LeBlogDuMLM.com

Vous avez aimé cet article ?

Dites le à Armelle BARTHALOT en cliquand ICI. Elle vous répondra ;)

Lisez également ces 4 articles :

1. Les 5 pires phrases du Marketing de Réseau

2. Messieurs, pensez-vous savoir recruter une femme ?

3. Comment choisir une bonne opportunité dans le Marketing de Réseau

4. Si vous souhaitez me connaître un peu plus

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Thibault CARRASSE

Net-Plume-Ultra.fr

Thibault CARRASSE crée des blogs professionnels et conçoit des stratégies éditoriales à destination des professionnels de l'hôtellerie-restauration et du tourisme.

En marge de son activité, il anime le blog de **Net Plume Ultra**, dans lequel il délivre ses conseils sur les bonnes pratique de la rédaction Web, des astuces pour animer un blog professionnel ainsi que des réflexions sur le Web 2.0 et ses usages.

Visitez son blog : www.Net-Plume-Ultra.fr/blog

COMMENT PASSIONNER VOTRE AUDIENCE AVEC VOS ARTICLES

Par Thibault CARRASSE

Il n'y a que les passions et les grands passions
qui puissent élever l'âme aux grandes choses.

- Denis Diderot

Il existe une multitude de méthodes pour **écrire un article intéressant**. Et bien prétentieux celui qui prétend détenir LA formule pour écrire un bon billet.

Toutefois, il y a des techniques pour **transformer un article intéressant en un article qui déchaîne les passions !**

Dans le cadre de l'évènement Comment écrire un article de blog efficace, organisé par **Cédric Vimeux** de Virtuose Marketing, je vous dévoile une méthode qui s'est à plusieurs reprises, montrée efficace.

Pour l'appliquer, lisez bien jusqu'au bout afin d'en saisir tous les aspects.

Votre effort en sera récompensé :)

Mais pour bien commencer, il convient de définir…

Un article de blog efficace

Il est illusoire de vouloir écrire un bon article si on ne fixe pas les **principaux critères de qualité**.

Faisons un essai de définition...

Un article de blog efficace :

- ➔ **est adapté à son public cible**, que ce soit dans le ton et le vocabulaire employé ;
- ➔ **délivre une information de qualité à ses lecteurs**. Ces derniers peuvent immédiatement mettre en application ce qu'ils y ont appris ;
- ➔ **fait passer un bon moment à ses lecteurs**. Ils ont l'impression d'apprendre quelque chose tout en se divertissant ;
- ➔ **donne envie à ses lecteurs** de le partager et de le commenter.

Quelle que soit la forme de votre article, si vous répondez à ces quatre impératifs, vous avez fait une bonne partie de votre travail.

Reste maintenant à organiser votre article.

Voici comment :

Donner envie de lire votre article

Votre titre puis votre accroche sont essentiels.

Vous devez jouer sur des sentiments puissants qui poussent les lecteurs à vouloir absolument lire votre article.

Je retiens trois facteurs d'attraction :

1. Susciter l'intérêt

Votre titre est explicite et entre dans le vif du sujet .

Exemple : *Une heure de formation gratuite avec un pro de la vidéo.*

2. Titiller la curiosité

La curiosité est un sentiment très puissant auquel il est difficile de résister.

Il suffit d'une question ou assertion qui interpelle le lecteur.

Exemple : *Comment faire de 2012 l'année de votre réussite ?*

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

3. Offrir du sensationnel

Si la presse à scandale connaît un tel succès, c'est en partie grâce à l'**attraction de ses titres**.

La fascination est un facteur très puissant. Un titre fascinant attire à coup sûr vos lecteurs.

Mais attention, il faut par la suite être très habile dans votre rédaction pour ne pas les décevoir.

Je l'utilise avec parcimonie.

Exemple : *Avez-vous écrit la page qui peut vous rapporter des milliers d'euros ?*

Quand vous le pouvez, combinez ces différents facteurs.

Exemple : *1ère page de Google avec la longue traîne en moins d'1 heure !*

Tout le monde est intéressé de savoir comment atteindre la première page de Google. Le fait d'y arriver en moins d'une heure donne une touche de sensationnel.

Je vous ai cité des exemples pris dans mes derniers articles. Mais si on cherche sur mon blog, on trouve aussi la principale erreur à éviter : **être trop vague**.

Un titre imprécis, impersonnel ne donne pas envie de lire la suite.

Exemple : *Le pouvoir des mots, la puissance vidéo*

Gardez à l'esprit que vous n'êtes pas l'unique ressource de vos lecteurs.

Vous-même ouvrez les articles dont le titre vous parle immédiatement n'est-ce pas ?

Délivrez immédiatement l'information que les lecteurs viennent chercher

Votre accroche développe votre titre et insiste sur les trois facteurs d'attraction. Mais l'élément indispensable de cette accroche est l'**information principale de votre billet**.

Il ne s'agit pas de tout dire. Mais vos lecteurs doivent savoir ce qu'ils vont apprendre en lisant votre article.

Et une fois que vous les avez amenés dans le cœur de votre billet, ne les faites pas attendre.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

L'internaute est pressé. Si vous tournez autour du pot, il va fermer la fenêtre et passer à autre chose.

Une fois que vous avez délivré la raison d'être de votre article, vous pouvez entrer dans le détail.

Soignez vos transitions entre chaque sous-parties de votre billet, de façon à ce que vos lecteurs aient envie de poursuivre la lecture.

Cependant, ne vous contentez pas de les laisser passifs, sans quoi ils risquent de quitter la page.

Transformer les lecteurs en utilisateurs

Vos lecteurs doivent immédiatement pouvoir **mettre à profit ce que vous leur avez appris**. Mais si vous ne les incitez pas à le faire, il y a peu de chance qu'ils passent à l'action.

Proposez-leur donc des exercices, des mises en pratique.

Invitez-les à témoigner de leurs résultats.

Vos lecteurs, devenus utilisateurs de votre site, vous seront reconnaissants et le feront savoir :

- ➔ en s'inscrivant à votre newsletter ;
- ➔ en parlant de vous à leur réseau ;
- ➔ en commentant vos articles.

Votre réputation en sortira grandie et vous ne tarderez pas à **faire référence** dans votre domaine.

Ouvrir le débat

Demandez à vos lecteurs de **partager votre article**, **le diffuser**, le **commenter**.

Si l'article est de qualité, ils le feront avec grand plaisir.

Posez-leur des questions. Demandez des retours d'expérience.

En gros : **votre article doit être une invitation à la discussion !**

Votre gestion des commentaires est aussi importante que la rédaction de votre billet.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Quelques détails de taille

La première chose à retenir, c'est que vous pourrez écrire le meilleur article du monde, appliquer la meilleure méthode, avoir la plus belle plume… **L'important est qu'il soit lu !**

Pour prendre le contre-pied de tout ce que je viens de vous dire : **un article efficace est avant tout un article qui est lu.** Il est donc primordial, dans vos débuts, de faire une promotion active de vos articles.

Voici quelques techniques :

- ➔ **faire connaître vos articles à votre premier cercle de contacts**. Utilisez vos e-mails et vos réseaux sociaux ;
- ➔ **ciblez et recherchez des personnes influentes** susceptibles d'être intéressées par votre article et écrivez-leur un message personnalisé les invitant à vous lire ;
- ➔ **soyez actifs dans votre niche**, en fréquentant des forums, en commentant des blogs influents.

Pour que le tableau soit complet, pensez que **chacun de vos articles est une occasion d'améliorer votre référencement naturel**.

Je ne saurais que trop vous conseiller de vous intéresser à **une stratégie de longue traîne**, particulièrement adaptée à un blog.

Article rédigé par Thibault CARRASSE
www.Net-Plume-Ultra.fr

Vous avez aimé cet article ?

Rendez visite à Thibault CARRASSE sur son blog, et laissez lui un petit commentaire.

Profitez-en pour y lire ces 4 articles très utiles :

1. Orthographe, Internet, et e-réputation

2. Stratégie de contenu = gain de temps (donc d'argent) – Partie 1/2

3. Stratégie de contenu = gain de temps (donc d'argent) – Partie 2/2

4. Avez-vous écrit la page qui peut vous rapporter des milliers d'euros ?

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Yvon CAVELIER

Copywriting-Pratique.com

Yvon CAVELIER travaille sur Internet depuis décembre 1999, période à laquelle il a écrit et vendu mon premier livre.

Il a créé les Editions PERCEVAL en mai 2004, puis un gros site communautaire en juillet 2005, qui compte aujourd'hui plus de 16000 membres.

Auteur de 76 livres, de 28 logiciels et de plus d'une centaine de sites Internet dans divers domaines, il est également un passionné de copywriting, métier que j'exerce en professionnel depuis 2007.

Il est également propriétaire et principal auteur du blog Copywriting-Pratique, sur lequel il vous parle de copywriting, de copyblogging, d'influence et de persuasion, à raison d'un article par jour.

Son objectif avec ce blog est de VOUS apprendre comment écrire des textes qui font agir, pour un blog, un site, des annonces, un CV, une lettre, ou quoi que ce soit qui nécessite des mots.

Visitez son blog : www.Copywriting-Pratique.com

QU'EST-CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE ENTRE UN BLOG APPRÉCIÉ ET UN BLOG ENNUYEUX

Par Yvon CAVELIER

Il est préférable de mourir de mort naturelle que d'ennui.

- Plume Latraverse

Certains blogueurs (et certaines blogueuses) ont **beaucoup de mal à écrire un article attirant**.

Ils peuvent écrire souvent, avoir de vraies et de **solides compétences** et les transmettre dans ce qu'ils racontent, mais leur article ne déclenche qu'ennui et indifférence chez la plupart de leurs lecteurs.

Je connais une bonne dizaine de blogs comme ça.

Des blogs qui publi(ai)ent en moyenne un article tous les 2-3 jours, depuis pas mal de mois, mais qui ne décollent pas des 200 à 300 visites par jour.

Et parmi ces visites, on constate qu'il y a plus de 50 % de nouveaux visiteurs. C'est-à-dire que ce genre de blog n'arrive pas à faire revenir ses anciens visiteurs chez lui.

Comme si les gens avaient décidé de déserter le blog en question après quelques semaines de lecture.

C'est tragique, surtout si le rythme de publication ne baisse pas. Ça veut tout simplement dire que **les gens s'ennuient**.

Si ça vous arrive avec votre blog, ou si **vous avez peur** que ça vous arrive, alors lisez bien attentivement cet article.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Je vous y explique pourquoi ça PEUT vous arriver, et comment faire pour que ça ne soit plus jamais le cas pour vous.

La petite chose qui fait toute la différence

L'inverse d'un article ennuyeux, c'est quoi ?

C'est un article :

- ➔ captivant et intéressant
- ➔ qui vous apprend des choses passionnantes
- ➔ qui se lit en entier et assez vite
- ➔ et qui se « dévore » d'une traite

C'est également un article dont **vous vous souvenez longtemps**.

Parce qu'il a provoqué chez vous un **torrent d'émotions** qui a marqué votre mémoire.

C'est donc un article qui provoque **une réaction émotionnelle** : pleurs, rires, colère, peur, surprise, etc.

Bref. Pour qu'un article **impressionne vos lecteurs**, il DOIT provoquer quelque chose chez eux.

Si à la fin de la lecture d'un article, vos lecteurs ont déjà oublié de quoi il parlait, alors votre article est raté et il sombrera dans l'oubli.

Sitôt lu, sitôt oublié.

Et si vous faites comme ça avec chacun de vos articles pendant 2 à 3 mois, alors vos lecteurs désertent. Et c'est votre blog qui **sombre dans l'oubli**.

Vous l'aurez compris :

Un article de blog efficace provoque une émotion chez votre lecteur !

Parce que lorsqu'on lit un texte, on ne peut pas compter QUE sur sa simple mémoire des mots pour s'en rappeler.

Si **l'émotion** n'est pas là pour nous aider à imprimer les mots lus dans la partie imaginative de notre cerveau, alors il sera très dur de s'en souvenir.

Comment rendre un texte plus émotionnel

Voici comment injecter de l'émotion dans vos textes.

Ce qu'il faut impérativement inclure

Dans l'idéal, un article doit contenir des **anecdotes**, des **histoires**, ou des **expériences**. La majorité de vos articles devrait AU MOINS comporter l'un de ces 3 éléments.

Il doit permettre à votre lecteur de s'identifier à un personnage. Afin que ça éveille en lui une émotion basée sur sa propre expérience.

D'ailleurs, faites une expérience amusante.

Allez vous connecter sur un journal en ligne. Par exemple, lemonde.fr.

Lisez les 5 premiers articles du journal, et continuez votre journée.

Le lendemain, interrogez-vous : Quelles infos vous rappelez-vous avec le plus de détails ?

Tout simplement celles qui ont provoqué **une émotion** chez vous.

Même si un article de journal n'emploie pas le vous (c'est justement le principe d'un article de journal, il doit être le plus impersonnel possible), le lecteur peut s'identifier aux protagonistes de l'article s'il a vécu ou s'il connait quelqu'un qui a vécu la situation relatée dans l'article.

En effet, en faisant un parallèle avec une histoire vécue, on a de l'émotion dans l'équation. Et donc on s'en rappelle mieux.

Voilà pourquoi vous devez absolument vous mettre à la place de vos lecteurs et raconter au moins **une expérience** qui peut les concerner.

S'ils peuvent **s'identifier à votre histoire**, alors ils s'en souviendront longtemps.

Si vous cherchez des histoires à raconter, alors rendez-vous à la fin de cet article. Je vous explique comment en trouver des milliers.

Un exemple pratique

Voici un exemple concret avec un extrait de blog trouvé sur la toile :

La manière factuelle, basique et barbante :

> *Pour faire revenir les gens sur un blog, il est bon d'installer un plugin d'inscription aux commentaires de son blog, ce qui permettra à ceux qui commentent d'être prévenus par mail lorsqu'un nouveau commentaire sera posté et validé sur l'article. Ça permet en outre d'augmenter le nombre de commentaires sur son blog et c'est plus pratique. Voici un exemple de plugin qui fait ça : XXXXX.*

Voici une manière plus personnelle et plus émotionnelle de dire les choses :

> *Quand vous laissez un commentaire sur un blog, comment procédez-vous ?*
>
> *Est-ce que vous vous rappelez de tous les commentaires que vous faites sur tous les blogs ?*
>
> *Ou alors vous passez revoir un à un tous les commentaires que vous avez mis pour voir si on vous a répondu ?*
>
> *Bien sûr que non ! Vous avez plein de choses à faire.*
>
> *Et l'idéal, c'est de recevoir un mail quand un nouveau commentaire est dispo sur l'article que vous avez déjà commenté.*
>
> *Comme ça vous pouvez revenir exclusivement sur les blogs actifs.*
>
> *Beaucoup de gens sont comme vous. Alors si vous avez un blog, installez vous aussi un plugin qui prévient les commentateurs des réponses.*
>
> *Celui que j'utilise avec succès, c'est lui :*

Si on analyse les deux types d'écriture, on s'aperçoit que dans le deuxième paragraphe, le lecteur est **totalement impliqué** dans ce qu'il lit.

On lui pose des questions, auxquelles il répond en général par "oui". Et surtout on lui parle de LUI. 14 fois "vous" dans le deuxième article, 0 fois dans le premier.

Le premier est impersonnel et froid, le deuxième est personnel et chaleureux.

Donc si vous voulez que vos articles soient plus lus, envisagez sérieusement ce qui suit :

Comment impliquer votre lecteur dans vos articles

Un article qui fonctionne est un article qui s'adresse à **VOTRE** lecteur en priorité. Et rien qu'à lui. Pas à une masse de gens.

Ce qu'aiment les gens, ce sont surtout qu'on leur parle d'eux. Ou au moins qu'on se mette à leur place. Ils veulent être impliqués dans l'article.

Si l'article en question ne parle pas de votre lecteur, alors celui-ci s'ennuie vite.

Parce que quoi qu'on dise ou quoi qu'on fasse, même si on n'est pas dans un processus de vente, on aime bien quand quelqu'un parle de vous.

Une expérience révélatrice

J'ai démarré un jour une conférence sur le copywriting en faisant une expérience dont on me reparle encore aujourd'hui. Elle illustre bien ce concept :

Au tout début de la conférence (dès les premières secondes d'attention), j'ai demandé à tout le monde de sourire, et j'ai pris une **photo** de l'assistance.

Ensuite je l'ai mise sur l'écran, et j'ai demandé aux participants de me dire quelle personne ils avaient regardé en premier sur la photo.

Sans grande surprise, 32 personnes sur 34 avaient commencé à se chercher **EUX-MEMES** sur la photo.

Puis ensuite ils avaient regardé les autres.

Pourquoi ? Parce que même avec toutes les bonnes manières et l'éducation dont on peut faire preuve, la seule personne qui nous intéresse vraiment, c'est surtout **NOUS-MÊME**.

D'abord et avant tout. C'est instinctif.

Et c'est exactement la même chose avec un texte.

Le cas pratique de l'article de blog

Lorsqu'une personne lit un texte, que ce soit une pub, une lettre de vente ou même un article de blog, **la PREMIERE chose qu'elle va faire, c'est ESSAYER de s'identifier au "personnage"**

concerné par l'article en question.

Un peu comme sur cette photo ci-dessus : Elle cherche à se trouver, **à s'identifier** en tout premier.

Si elle ne peut pas le faire, alors son attention va diminuer progressivement jusqu'à atteindre le zéro absolu : Et **elle va arrêter de lire** et passer à autre chose.

Par conséquent, même quand vous écrivez un article de blog, il est important que vous mettiez un maximum de référence à votre lecteur dans votre article.

Le meilleur moyen de le faire est d'employer autant que possible les mots d'or : **Vous, Vos** et **Vôtre** (**Tu, T', Te, Ton, Ta, Toi, Tes, Tien, Tienne, Tiens** et **Tiennes** si vous vous adressez à vos lecteurs en les tutoyant).

Reprenez l'exemple que je vous mentionnais ci-dessus, et voyez la grosse différence en termes d'intérêt.

À vous de jouer

J'espère que vous aurez compris que le fait de rendre votre texte plus émotionnel et plus personnel va lui donner beaucoup plus de punch et d'intérêt pour vos lecteurs.

Voici donc les 2 manières de faire ça :

1. Racontez une histoire, une anecdote ou une expérience

Vous n'êtes pas obligé de le faire à chaque fois bien sûr. Mais plus vous le ferez, et plus votre article plaira aux gens. Parce que, je vous le répète, les gens adorent les histoires.

Pour trouver des histoires ou des expériences à raconter, il faut que vous vous fassiez un stock conséquent d'histoires.

Il existe des milliers de livres qui racontent des histoires vraies incroyables. Voici 3 articles sur Copywriting-Pratique qui vous expliquent comment en avoir un stock permanent :

- ➔ Comment toujours avoir un stock de chiffres et de sondages prêts à l'emploi
- ➔ Il faut que je raconte une anecdote complètement dingue
- ➔ Comment transformer de vieilles fables en emails de vente surpuissants

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Vous y trouverez à chaque fois des techniques pour trouver, stocker et utiliser de bonnes histoires.

2. Vérifiez le « sympathomètre » de vos articles

Si vous ne le connaissez pas encore, il y a un outil qui vous permet de vérifier si un texte est sympa ou pas.

Cet outil s'appelle le Sympathomètre.

C'est un outil qui a d'abord été créé pour les pages de vente, mais je vous conseille fortement de l'utiliser aussi pour vos articles de blog.

Comment procéder ? Très simplement : Il vous suffit de copier le texte de votre article et de le coller dans la case prévue à cet effet sur cette page.

Et ensuite, vous cliquez sur le bouton. Et ça vous dit si votre article est "sympa" ou pas. Dans le cadre d'un article de blog, un sympathomètre de 2 est déjà une bonne chose (c'est-à-dire que vous parlez 2 fois plus de votre lecteur que de vous-même).

Vous trouverez plus d'explications sur le sympathomètre sur cette page.

Bon courage pour vos futurs articles.

Article rédigé par Yvon CAVELIER
www.Copywriting-Pratique.com

Vous avez aimé cet article ?

Dites-le à Yvon en lui laissant un petit commentaire. Et profitez-en pour lire ces 4 articles :

1. Vous lecteurs s'ennuient... Bougez-les un peu pour changer.

2. 40 idées d'articles à utiliser si vous êtes en pannes d'inspiration

3. Les 8 premières étapes indispensables de rédaction d'un article de blog performant

4. 8 étapes pour propulser votre nouvel article aux 4 coins du web en quelques minutes

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Christophe MONGREDIEN

EffiCartes.fr

Christophe MONGREDIEN est l'une des références francophones dans le domaine du Mind Mapping.

Vingt ans d'expérience professionnelle en tant que formateur, animateur réseau et consultant indépendant, lui permettent aujourd'hui de proposer des prestations dans le champ de la formation, du changement et du travail en équipe : coaching, gestion du temps, outils de travail collaboratif, mind mapping…

Le point commun à ses différentes activités est la carte heuristique.

Il anime le Blog Efficartes depuis septembre 2011, en publiant chaque semaine une carte heuristique en vidéo, et des articles sur le mind mapping.

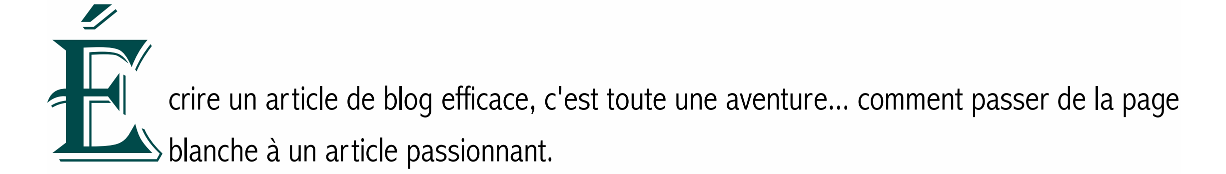
Visitez son blog : Blog.Efficartes.fr

COMMENT UTILISER LE MIND MAPPING POUR ÉCRIRE VOS ARTICLES DE BLOG PLUS RAPIDEMENT ET PLUS EFFICACEMENT

Par Christophe MONGREDIEN

Organiser, ce n'est pas mettre de l'ordre
c'est donner la vie.

- Henri Louis Mencken



crire un article de blog efficace, c'est toute une aventure... comment passer de la page blanche à un article passionnant.

Comment faire pour exprimer toute votre créativité ?

Dans cet article, nous prendrons l'**exemple d'un blog imaginaire**, dont le sujet central est la **cuisine végétarienne**.

I. Trouver une idée

La base d'un article, c'est évidemment **une idée**. Géniale, de préférence.

Dans le cadre d'un blog de cuisine, les recettes ne manquent pas. Mais **laquelle choisir** ?

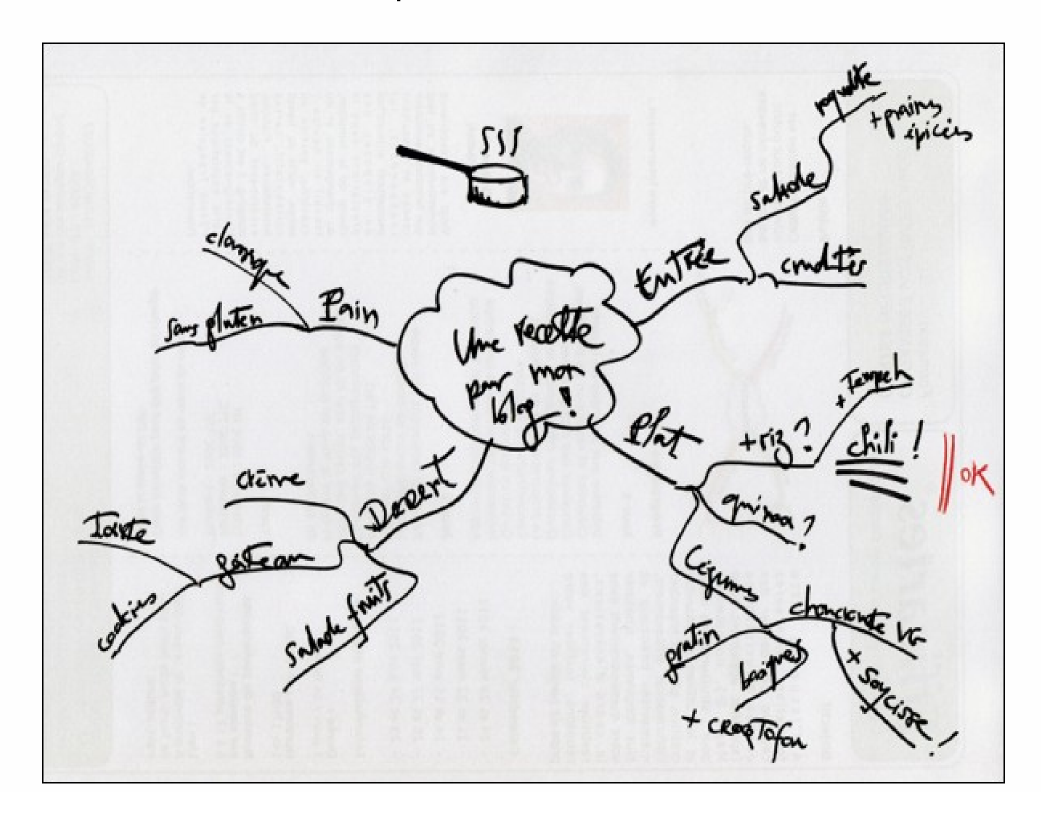
C'est le moment de sortir votre arme secrète : **la carte heuristique** !

Elle va vous permettre de mettre sur le papier toutes ces idées qui vous passent par la tête. Et l'air de rien, c'est également **un moyen de passer à l'action d'écrire**.

Mon conseil de pro : à cette étape, utilisez **une feuille et un crayon**.

L'objectif est de sortir les idées de votre tête, pas de faire une œuvre d'art !

Ensuite, **sélectionnez l'idée d'article qui sort du lot**.



II. Développer l'idée

La première carte vous a permis de sélectionner l'idée d'article : bravo ! C'est une bonne chose de fait.

Maintenant, il reste à développer l'idée.

Cette fois encore une **carte heuristique** vous sera d'un grand secours.

À cette étape, vous pouvez utiliser un logiciel de mind mapping - je vous conseille iMindMap, disponible en version gratuite ou payante (j'adore ce logiciel, il permet de réaliser des cartes graphiquement très proches des standards de la carte manuelle).

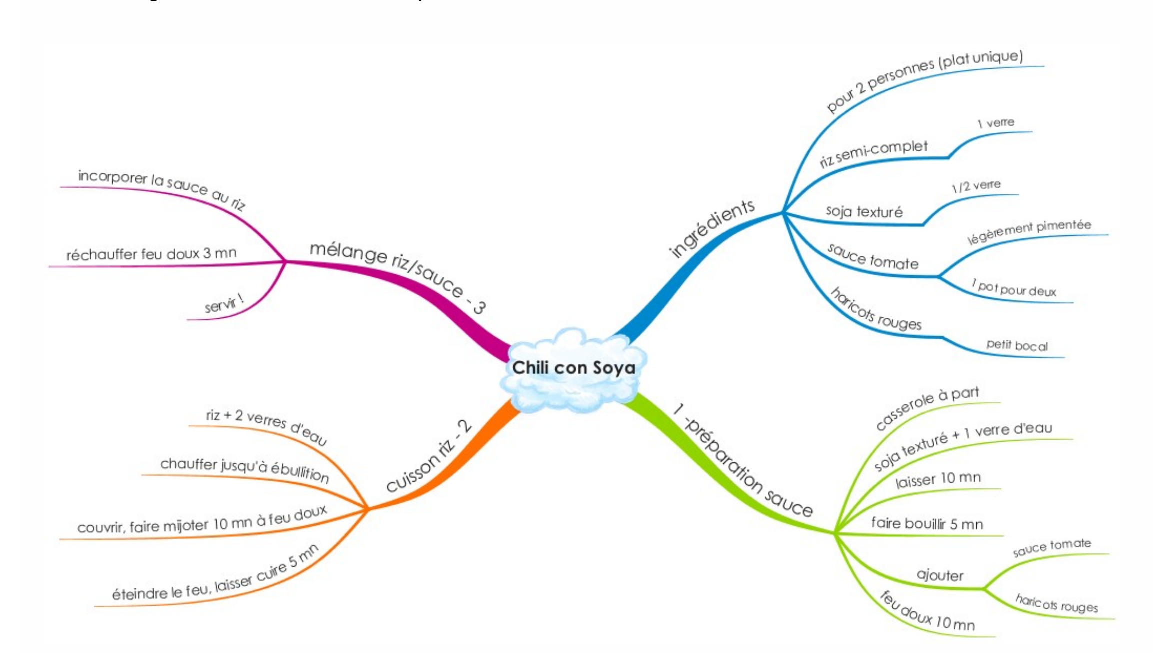
Phase 1 : le **titre de l'article**. Peut-être y reviendrez-vous plus tard, mais **notez-le au centre de votre carte**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Phase 2 : Puis **développez vos idées de manière concentrique** autour du cœur de carte. Chaque branche représente un paragraphe de votre article.

Au fur et à mesure d'autres idées apparaitront, tout naturellement.

C'est la magie de la carte heuristique.



III. Rédiger

Vous êtes arrivé en phase de production !

Avec votre plan/carte heuristique, vous pouvez maintenant rédiger les différents paragraphes.

C'est le moment de faire apparaître votre créativité !

Inutile de dire que le style SMS ou collégien attardé ne passe pas sur un blog...

Voici **deux outils pratiques pour éviter les fautes** et se sortir de mauvais pas (car le correcteur orthographique n'est en général pas suffisant dans certains cas, à moins d'investir dans un logiciel comme Antidote) :

www.cnrtl.fr : Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales.

Une **mine d'or** que je suis heureux de partager avec vous !

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Lexiques, dictionnaires, étymologie, synonymes, antonymes (l'inverse de synonymes, très pratique !)... il existe même un outil permettant de visualiser sous forme de **nuage 3D** les mots qui sont proches sans forcément être synonymes (outil Proxémie).

Bref, un site incontournable.

www.leconjugueur.com : permet d'éviter les fautes de conjugaison (ça peut arriver !), et donne des éléments sur des points de grammaire. Très pratique en cas de doute.

IV. Contrôler/Améliorer

Deux lectures valent mieux qu'une.

Allons plus loin : si vous avez la possibilité de faire relire votre article, c'est bien mieux (de préférence par quelqu'un qui écrit au moins aussi bien que vous).

Pour les "détails techniques", notamment l'**optimisation SEO**, je ne peux que vous encourager à lire les articles des spécialistes sur le sujet. Je vous suggère de visiter les blogs de ceux/celles qui ont participé à l'évènement « Comment écrire un article de blog efficace ».

Pensez également à vérifier les liens.

Rien de plus contrariant qu'un lien mort, ou pire, un lien qui mène vers autre chose que ce que l'on voulait au début... un copier/coller un peu rapide et on peut se retrouver avec un lien totalement à côté de la plaque.

Améliorer : et si votre article était un peu plus illustré ? Et si vous utilisiez des puces, des flèches, enfin des petites choses sympa pour faciliter la lecture ? (vous devriez trouver votre bonheur dans cette ressource gratuite).

Méfiance : **trop d'illustrations peuvent tuer votre article** - surtout si les images ou photos sont moches.

Il existe de nombreux sites de photos gratuites ou peu chères, comme www.sxc.hu ou Fotolia.

Ne vous en privez pas !

V. Publier et faire connaître son article

Enfin l'article est terminé !

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Vous avez cliqué sur "Publier". Ça, c'est fait.

Mais passé le moment de joie mêlée de soulagement qui accompagne parfois la fin de l'écriture d'un article, et une fois cliqué le bouton "Publier", il s'agit de garder à l'esprit qu'**un article est visible du monde entier seulement si le monde entier est au courant que l'article existe**. Aie.

Il faut donc faire un peu de pub pour annoncer au monde la sortie de votre article génial.

Le minimum syndical : **en parler à ses abonnés** (liste Aweber par exemple, ou abonnés du blog), et l'annoncer sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn).

N'oubliez pas d'écrire aux personnes de votre carnet d'adresses qui sont allergiques à toutes les inscriptions...

Pourquoi ne pas créer une petite lettre d'infos juste pour elles ?

Il existe de bons logiciels de mailing personnalisé pour vous aider dans cette tâche. Par exemple, MaxBulk Mailer (Windows), Direct Mail (OS X).

Attention aux envois excessifs, qui peuvent être à juste titre considérés comme du spam : ne vous grillez pas auprès de vos contacts et abonnés, voire de votre FAI ! Informer sans être lourd, c'est possible...

Évidemment, parlez de vos articles sur les forums, sur des blogs... mais là encore nous sortons du sujet. Cf point 4 pour les ressources.

Article rédigé par Christophe MONGREDIEN
blog.efficartes.fr

Vous avez aimé cet article ?

Alors visitez l'excellent blog de Christophe, et profitez-en pour regardez ces 4 articles vidéos :

1. Se poser des questions avec CQQCOQP

2. La créativité

3. 7 façons d'être plus heureux au travail

4. Quelles applications pour les cartes heuristiques ?

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...



Marie-Noël DAMAS

E-ditionsLabelVie.com

Marie-Noël DAMAS est passionnée par le webmarketing, le copywriting et l'édition internet.

Elle s'est lancée dans l'aventure tête baissée, et y a découvert un moyen amusant, diversifié et rentable de partager sa passion pour l'écriture et de faire profiter les autres de son enthousiasme débordant.

En créant les éditions La Belle Vie, elle a décidé de faire découvrir les eBooks d'information et de former les auteurs à la rédaction spécifique pour Internet.

Avec le désir d'éditer ceux qui seront convaincus par l'écriture d'eBooks, et qui aimeraient être publiés.

Visitez son blog : E-ditionsLabelVie.com

ÉCRIRE UN ARTICLE DE BLOG (OU UN EBOOK) LE CÔTÉ PSYCHO

Par Marie-Noël DAMAS

Tout ce que l'esprit peut concevoir et croire
il peut aussi le réaliser.

- W. Clément Stone



Avant de parler technique, j'aimerais vous parler **psycho**.

"Tous ces trucs psycho, ce n'est pas pour moi"
Combien de fois ai-je entendu cette phrase (surtout de la part des hommes lol)!

Si vous doutez de vous, de ce que vous allez raconter, votre état psychique passera à travers votre texte.

Si vous êtes timide ou avez peur du jugement des autres, ce sera écrit derrière vos mots.

Si vous écrivez pour faire du volume sur votre blog ou parce qu'il faut bien, le lecteur le ressentira.

Comment remédier à cela sans commencer une psychanalyse de cent ans ou plus? Il suffit de **changer votre niveau d'énergie avant d'écrire votre article**.

Vous pouvez le faire en 7 étapes faciles, que voici :

I. Connaissez vos raisons

Souvenez-vous **des raisons profondes** qui vous ont poussé à créer votre blog (ou à écrire votre eBook).

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Reconnectez-vous à l'état d'esprit de cette époque :

- cet **enthousiasme** qui vous empêchait de dormir ;
- cette **envie de partager** votre projet avec la terre entière ;
- ce **rêve de fortune** accumulée grâce à ce blog ;
- cette **nouvelle vie** que vous désirez vraiment.

Ça y est, vous êtes dedans?

II. Utilisez vos souvenirs

Repensez à un compliment sur votre écriture, sur votre style, sur vous-même.

Je me suis fait **un classeur avec les commentaires positifs** que je reçois.

J'affiche les meilleurs et je les relis quand je perds un peu de mon feu intérieur.

III. Posez-vous les bonnes questions

Posez-vous des **questions affirmatives** (des afformations), même si vous n'y croyez pas vraiment.

Quelques exemples :

- Pourquoi est-ce que c'est si facile d'écrire un article?
- Pourquoi mes mots coulent-ils si facilement?
- Pourquoi est-ce que j'ai tant d'inspiration pour écrire?
- Pourquoi est-ce que je suis si doué pour rédiger ce que je veux?
- Pourquoi suis-je un auteur génial?

C'est un peu comme la **pensée positive**. Sauf que vous laissez votre cerveau trouver les réponses tout seul.

En posant une question, vous **court-circuitez les objections**.

Votre inconscient va vous reconnecter avec toutes les expériences positives vécues en lien avec les questions.

Encore mieux, **faites comme si c'était vrai** et **APPRÉCIEZ** qui vous êtes en train de devenir.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Pour en savoir plus, lisez « The great little book of afformations » de **Noah Sint Jones.**

IV. Accélérez votre organisme

Augmentez votre rythme cardiaque.

Faites quelques pompes ou un petit tour du quartier.

V. Écoutez de la musique

Mettez une musique qui vous transporte et **go, go, go !**

Dansez, sautez, remuez-vous!

Tony Robbins est fan de celle-ci « Haddaway, Life is changing »

VI. Respirez

Respirez profondément.

L'oxygène clarifie votre cerveau. Vous penserez mieux et vous apaiserez votre stress.

VII. Faites circuler l'énergie

Frottez vos mains l'une contre l'autre et massez les côtés de chacun de vos doigts.

Votre corps est traversé par des circuits énergétiques qui aboutissent à vos extrémités.

Vous relancez ainsi l'énergie.

En conclusion

Bien sûr, vous n'êtes pas obligé de tout faire avant d'écrire.

Choisissez les trucs qui vous plaisent le plus, les plus boostants.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Quand vous êtes en "peakstate" (en état de pic intérieur), allez-y et laissez votre inspiration couler à travers votre clavier.

Et puis vous pourrez faire :

- ➔ des paragraphes courts
- ➔ avec des phrases courtes
- ➔ et des mots simples, imagés et courts.

Ah oui, encore un petit truc psycho : **Essayez de laisser votre ego de côté !**

Bonne écriture ;)

Article rédigé par Marie-Noël DAMAS
www.E-ditionsLabelVie.com

Vous avez aimé cet article ?

Alors dites-le à Marie-Noël en lui laissant un petit commentaire ICI.

Voici également 4 autres articles qui pourraient vous intéresser :

1. Une bonne nouvelle pour améliorer votre écriture

2. Pourquoi vous devez vous engager avant d'écrire

3. J'arrête ou je continue ?

4. Les secrets de l'écriture de Stephen KING



Claude AUSSANT

Reussir-sur-Internet.com

Claude AUSSANT a fait ses premiers "Faux pas" dans le Marketing-Internet en 2009.

Il a eu la chance de connaître des méthodes faciles, gratuites et sans effort!

Il y a cru, c'était si bien présenté :-), ce qui l'a mené directement vers l'abandon et la désillusion.

Au début de 2011, c'est un nouveau départ, cette fois-ci en suivant une bonne formation et le 12 octobre 2011, c'est la mise en ligne de son blog.

Vendeur de professions depuis plus de 30 ans, il rend disponible son expérience adaptée aux méthodes de Marketing-Internet et surtout il vous met en garde contre les supercheries qu'il déclare sans retenue.

Visitez son blog : www.Reussir-Sur-Internet.com

LES 7 CRITÈRES INFAILLIBLES POUR ÉCRIRE UN ARTICLE DE BLOG EFFICACE

Par Claude AUSSANT

Même si vous voulez bien faire
et même si c'est pour les bonnes raisons
si vous n'appliquez pas les bons principes
vous pouvez quand même aller dans le mur !

- Stephen Covey

Vous prenez le temps d'écrire un article sur votre blog, dans le but qu'il soit lu, qu'on en parle et qu'on le partage sur le web.

Une chose est certaine, **votre article sera lu du début à la fin et partagé par la suite à la condition de correspondre à au moins 7 critères**.

Je vous en donne les grandes lignes ci-dessous.

Un article extra – Comment le rendre irrésistible

Ce qui fait la différence entre un article qui est lu et celui qui ne l'est pas est essentiellement les **7 critères suivants :**

1. Le titre de votre article doit intriguer vos lecteurs.
2. Clouer vos lecteurs à l'écran avec de l'illustration.
3. Avoir un contenu dans votre article qui rapporte à vos lecteurs.
4. Être clair dans vos propos.
5. Un peu d'humour ne nuit pas… au contraire.
6. Faire savoir à vos lecteurs qu'il y a un article incontournable de publié!
7. Répondre aux commentaires, une obligation.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Voici le détail de chacun de ces critères :

I. Le titre de votre article doit intriguer le lecteur

L'internaute va vite.

Il regarde diagonalement tout ce qu'il voit.

La seule façon qu'il arrête infailliblement sur votre article est sans contredit **un titre d'article accrocheur.**

Voyez ici quelques exemples :

- Les **7 critères infaillibles** ;-) *(vous le lisez, non ?)* au lieu de « Comment écrire un article »
- Il suffit d'utiliser **le blog, accroche** pour **devenir riche, populaire**.
- Le chemin facile vers la **réussite, gloire** en **9** étapes.
- Les façons faciles qu'utilisent les **blogueurs, ingénieurs** pour **gagner, aller plus vite.**
- Oh non, pas encore des **erreurs, bêtises** qui vous font perdre **de l'argent, du temps.**

Et il y en a bien d'autres, il suffit d'être un peu imaginatif, utilisez les synonymes.

II. Clouer vos lecteurs à l'écran avec des illustrations

Qu'on le veuille ou non, **l'illustration dans un article est un plus il attire l'oeil**, parfois il donne aussi de l'information additionnelle à ceux qui sont plus visuels.

Il faut cependant ne pas en abuser, car le temps de chargement de votre article peut en être affecté.

III. Avoir un contenu dans vos articles qui rapportent à vos lecteurs

Le contenu d'**un article qui ne rapporte rien** à vos lecteurs est un article qui **ne sera pas lu** !

Pire encore il est fort probable dans ce cas que les lecteurs ne reviennent plus sur votre blog.

Si vous manquez d'inspiration pour écrire des articles, il vaut mieux en réduire le nombre pour vous donner le temps de faire des recherches sur le sujet que vous voulez traiter pour **offrir un contenu super intéressant que je nomme EXTRA**.

Un blog qui ne proposerait qu'**un seul article vraiment extra canon par semaine** au lieu de plusieurs sans intérêt sera beaucoup apprécié.

Les internautes acceptent et reviennent inlassablement sur un blog offrant des articles incroyablement extraordinaire même si le nombre d'articles en est réduit.

Avec le temps vous prendrez de l'expérience et vous pourrez offrir plusieurs articles de contenu intéressant comme **Cédric Vimeux** de Virtuose-marketing, **Yvon Cavelier** de Copywriting-Pratique et **Kategriss** de Aventure-personnelle pour ne nommer que ceux-ci, vous pouvez voir ceux que je visite régulièrement sur mon Blogrool.

IV. Être clair dans vos propos

Il faut être clair et concis dans vos propos.

Un article doit être lu et relu avant sa publication.

Un article dont la cohérence et la tournure grammaticale font défaut vous fera passer pour un simple incompétent.

Il existe une multitude de dictionnaires et de correcteurs grammaticaux qui vous permettent de faire des textes digne d'un maître de la prose, ooohhh quel grand mot :-).

Faites de **courtes phrases**, elles sont **si faciles à lire**.

V. Un peu d'humour ne nuit pas... au contraire !

Mettre de l'humour dans un article ne peut être que bénéfique, par contre il ne faut pas en abuser, on parle ici d'un article et non d'un spectacle humoristique.

Quand je parle d'humour dans un article, c'est de la tournure de phrase qu'il s'agit.

Il en est ainsi de l'expression utilisée qui rendra le texte encore plus intéressant.

Je vais citer un exemple ici qui a tout son sens :

Yvon Cavelier de Copywriting Pratique a expliqué dans un article traitant des forums, qu'il ne fallait pas s'intéresser aux forums dont la dernière activité datait de 6 mois. Yvon a écrit ce qui suit : « Ne vous intéressez pas à un forum dont l'auteur du dernier poste a vieilli de six mois ! »

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Vous voyez la différence ?

C'est ce qui ajoute un peu plus de vie dans un article. Mais, ne forcez pas de le faire si ce n'est pas votre style d'écriture.

VI. Faites savoir à vos lecteurs qu'il y a un article incontournable de publié !

Vous avez publié un article que vous avez peaufiné, vérifié et revérifié à maintes reprises pour qu'il soit parfait ? C'est très bien et vous avez compris ;-)

Une question toutefois :

Qui d'autre que vous sait que vous avez publié un article sur votre blog ?

C'est primordial. Surtout si vous débutez et que vous voulez informer le plus grand nombre de personnes possibles, sans faire de SPAM.

Voici quelques voies que vous vous devez d'utiliser :

- ➔ Une newsletter vers vos inscrits sur votre liste ;
- ➔ Un flux RSS ;
- ➔ Répondez à 3 articles traitant du même domaine que vous en incluant un lien vers votre article. Faites ça vite !
- ➔ Utilisez les réseaux sociaux (Twitter, Facebook…) dont vous aurez le temps de suivre !

VII. Répondre aux commentaires... C'est incontournable !

En écrivant **un article de qualité** qui contient **tous les éléments mentionnés depuis le début de cet article**, vous aurez inévitablement des lecteurs qui vous posteront un commentaire.

C'est incroyable de voir sur certains blogs, la quantité de commentaires de qualité non répondus.

S'il vous plait, ils prennent le temps de commenter votre article avec des éloges, **RÉPONDEZ !**

C'est la moindre des choses et pas avec un « Merci pour votre commentaire. Point ».

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site…

Prenez un peu de temps pour écrire une dizaine de lignes. Parlez de leur blog et appréciez le commentaire.

Croyez moi, c'est **une très bonne idée et ils vont revenir soyez en assuré**.

Si vous ne le faites pas, vous risquez de voir ces personnes bien intentionnées **ne plus venir sur votre blog** ce qui serait bien dommage, car le but dans un article c'est bien sûr d'aider et d'informer. Et ne me faites pas croire que vous ne voulez pas constituer une bonne liste de prospects bien ciblés.

Conclusion

Vous avez ici ce qu'il faut pour augmenter votre trafic et le nombre de lecteurs assidus.

Faites-vous un horaire d'activité pour être régulier dans vos actions. Vous n'en serez que récompensés.

Article rédigé par Claude AUSSANT
www.Reussir-sur-Internet.com

Vous avez aimé cet article ?

Faites-le savoir à Claude. Cliquez ICI et laissez-lui un petit commentaire.

Vous pouvez aussi en profiter pour lire ces 4 autres articles recommandés par Claude :

1. Un blog dans le désert ne donne rien

2. Un blog à créer… Impossible ?

3. Êtes-vous prêt pour réussir ? Pas sûr…

4. Gagner de l'argent sur Internet, c'est facile !



Pierre-Antoine BOUDENAN

JeuneEtActif.fr

Pierre-Antoine BOUDENAN blogue depuis novembre 2011.

Etudiant en finances, il est particulièrement attiré par la gestion des finances personnelles et l’investissement.

Il souhaite échanger avec tous les lecteurs de son blog afin de faire découvrir et par la même occasion développer mes connaissances.

Il s'intéresse aussi au développement personnel et aux techniques pour être plus efficace au quotidien.

Il lit énormément de livres, de blogs sur ces sujets, ce qui me permet chaque fois de découvrir plus de manières d’économiser, d’investir, de mieux optimiser ses finances, de développer ses qualités personnelles.

L’intérêt final est d’être petit à petit plus indépendant financièrement et de pouvoir profiter du temps dégagé pour sa famille, ses amis et ses passions.

Visitez son blog : www.JeuneEtActif.fr

COMMENT ÉCRIRE UN ARTICLE DE BLOG EFFICACE

Par Pierre-Antoine BOUDENAN

Les bons écrivains sont ceux qui utilisent un langage efficace c'est-à-dire clair et précis.

- Ezra Pound

Pour vous écrire cet article, j'ai rassemblé mes connaissances et effectué des recherches sur les règles à suivre pour produire un article de blog efficace.

Je vais donc partager avec vous ma vision en abordant différents points.

Tout d'abord, qu'est-ce qu'un article efficace ?

C'est celui qui étant dans la/les thématiques de votre blog va vous apporter du trafic, de l'interaction avec vos visiteurs et qui sera retenu par ces derniers.

Premièrement, pour atteindre le visiteur il vous faudra le tenter.

Le **choix du titre** est donc une phase primordiale, c'est ce qui va, comme le titre d'un livre, amener la personne à lire votre article.

Pour cela, l'auteur doit bien cerner le besoin de ces lecteurs et leur proposer directement dans le titre le bénéfice qu'ils pourront en tirer.

L'**utilisation de mots-clés** qui seront présent dans votre contenu sera donc la bienvenue a**ussi bien pour le lecteur** que pour **votre référencement**.

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

De plus, l'auteur peut jouer sur la curiosité en utilisant des mots qui ont du poids : liberté, puissance, gratuit, impressionnant, secrets, richesse, gagner…

Parlez de votre **propre expérience.** Les gens sont curieux par nature, ils aiment connaître la situation d'autres personnes.

La personnalisation du titre est à utiliser selon l'article : comment J'ai, comment Il a… Je publie ma vision, mes comptes…

On peut aussi poser des questions pour susciter l'envie de réponse chez le lecteur, par exemple : Connaissez-vous Y ? Pourquoi X ?

Enfin, **le choix d'un titre** peut être délibérément provocateur, hors normes, pour amener le lecteur à exprimer son incompréhension, désaccord, point de vue.

Une fois, l'article ouvert, le contenu…

... is king... Il faut donc lui apporter un soin particulier

Un article est avant tout écrit les lecteurs, et non pour l'auteur.

Il faut leur donner quelque chose d'utile.

Cela peut très bien être de l'amusement, du rêve, de l'aide, des informations, de la prévention…

L'originalité doit se sentir. Un article peut bien sûr traiter du même sujet que des milliers d'autres, mais **la rédaction de l'article peut faire toute la différence**.

On doit ressentir de **la nouveauté.**

Cela peut se faire en utilisant : sa **propre expérience**, des **vidéos**, des **images**, des **exemples concrets**.

La rédaction doit rester **simple**, **concise** et **aller à l'essentiel**. L'article ne doit pas être trop long sous peine de décourager le lecteur à le lire.

Pour cela, **se relire** et **supprimer tous les mots inutiles** à votre message (oubliez toutes les formes littéraires apprises à l'école !)

La mise en page doit proposer une certaine organisation pour que le lecteur **trouve rapidement ce qu'il cherche.**

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

On peut citer : l'**utilisation de sous-titre**, d'**images**, de **puces**, de **différents styles de polices** (comme mon article qui est proposé sous forme de liste rapidement consultable).

Appelez le lecteur à intervenir, lui poser des questions, laisser naître chez lui des interrogations en émettant certains détails.

Tout cela va le pousser à commenter l'article. Il faut que votre article soit distinguable des autres et qu'il apporte de la valeur supplémentaire.

Pensez au référencement lors de la rédaction : répétition de mots-clés, mots en gras, bonne utilisation des titres.

L'écriture terminée… Faîtes vivre votre article !

Il faut faire connaître votre dur labeur

Envoyez un message aux **abonnés de votre newsletter** pour les prévenir de la parution. Utilisez les **réseaux sociaux** : via votre page facebook, votre twitter…

Écrivez **quelques communiqués de presse** (en voici une liste).

Vous avez réalisé toutes ces étapes ?… Votre article est prêt à décoller !

Article rédigé par Pierre-Antoine BOUDENAN
www.JeuneEtActif.fr

Vous avez aimé cet article ?

Dites-le à Pierre-Antoine en lui laissant un petit commentaire ICI.

Lisez aussi ces 4 autres articles très intéressants :

1. Pourquoi j'ai choisi un thème premium Woo Theme

2. Découverte de scoop.it – Curation des informations du web

3. [Infographie] La création d'un contenu efficace et créatif

4. Apprenez à lire plus vite !

27 AUTRES ARTICLES À LIRE D'URGENCE

Je vous recommande chaleureusement la lecture de ces 27 articles ;)

Quand j'écris un article

Quand j'écris un article, je donne naissance à une partie de moi-même dont j'ignorais l'existence jusqu'à ce que des mots se lient et se regroupent pour former des phrases que j'ai envie de partager avec d'autres dans le seul but de les aider.

Lisez la suite sur LesPhrasesDeZenie.com

Des billets « sexy » pour les nuls

Même si le blogueur est une espèce qui a tendance a être narcissique, son obsession est de se savoir lu, et de rencontrer le succès grâce a sa prose…la qualité du contenu d'un blog est donc tout-à-fait primordiale pour attirer les gens sur votre site et les fidéliser.

Lisez la suite sur MonBeaureauALaMaison.com

Article efficace : mode d'emploi en 14 points

Qu'est-ce qu'un article efficace ? C'est un article qui répond au problème du lecteur et l'aide à le résoudre, mais aussi qui lui apprend quelque chose (on ne naît malheureusement pas avec une encyclopédie intégrée !)

Lisez la suite sur ReineDeLorganisation.com

Comment écrire des articles de blogs qui cartonnent

Vous débutez dans le monde du blogging et vous trouvez difficile de faire des articles qui attirent du monde sur votre blog ou qui donnent envie de lire ce que vous écrivez avec tant de d'énergie. Si c'est votre cas, cet article a été écrit pour vous…

Lisez la suite sur Formation-Marketing-Sur-Internet.com

Comment cet article sera inefficace sur mon blog

Bon, comme je débute en blog, je ne sais pas encore ce qu'est un article « efficace ».
D'autant qu'en commençant mon blog, je n'avais pas l'intention d'écrire la moindre ligne !
L'écriture, ce n'est vraiment pas mon « truc »…

Lisez la suite sur MadameGuitare.com

Efficace, efficace... Est-ce que j'ai l'air efficace ?

Un article de blog, c'est d'abord du texte. Du « contenu » selon la terminologie en vigueur. Ce qui montre au passage que le contenant a toute son importance dans l'affaire. Mais moi, je suis une professionnelle de l'écriture. Alors, ce qui m'intéresse, évidemment, ce sont les mots.

Lisez la suite sur AmotsDéliés.com

Le Graal du Storytelling

A combien de millénaires, voire de dizaines de millénaires, remonte la fascination de l'humanité pour les contes ? Bardes, griots, poètes, conteurs sont autant de témoins de l'amour immodéré des humains pour les mythes et les légendes, en un mot pour les histoires.

Lisez la suite sur Vous-y-êtes.com

Cinq astuces de pro pour écrire un article efficace

Créer un blog et rédiger des articles est à la portée de tous. Écrire un article efficace qui a de la valeur aux yeux de vos lecteurs est déjà plus compliqué à réaliser si vous débutez. Alors oui je parle d'article efficace mais concrètement c'est quoi un article efficace ?

Lisez la suite sur LesEntrepreneursDuWeb.com

Comment écrire un article de blog de pratique artistique

En janvier 2011, je ne savais pas ce qu'était un blog! et je me suis lancée dans une formation de création de blog d'Olivier Roland que j'ai découvert grâce à Christian Godefroid du club positif. L'atelier du musée dans lequel je travaillais a été fermé et le job d'assistante...

Lisez la suite sur ÉveilArtEtNature.com

Comment utiliser l'anecdote pour écrire un article de blog efficace

Découvrez comment utiliser l'anecdote pour écrire un article de blog efficace

Lisez la suite sur Duel-Marketing.com

Ça, je l'ai déjà vu quelque part...

Aujourd'hui, je dois faire un truc que je ne sais pas faire. Alors j'ai peur d'être hors sujet, et je me dis qu'un débutant blogueur comme moi est plutôt gonflé de se lancer dans ce défi. Sacré Cédric ! Comment écrire un article de blog efficace ?

Lisez la suite sur VivreBien-Bienvivre.com

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Vos articles sont-ils lus ?

Avec le développement du blogging ces dernières années, l'une des méthodes les plus efficaces pour obtenir du trafic est l'écriture d'articles. Pour autant, si l'on souhaite attirer suffisamment de trafic, il faut que les articles soient de qualité...

Lisez la suite sur NetworkingEtRéseauxSociaux.com

7 étapes pour écrire un article de blog efficace

C'est le contenu qui fera ou non le succès de votre article. La façon dont vous allez rédiger votre article va déterminer la popularité que ce dernier rencontrera auprès des lecteurs mais pas seulement, il faut aussi tenir compte des moteurs de recherche.

Lisez la suite sur Les-3-A.com

Comment écrire un article de blog efficace

Et çà veut dire quoi… « un article de blog……. EFFICACE » ? Si le but du jeu est d'être lue par des milliers d'internautes fascinés et transis chaque jour, je plie bagage tout de suite. Donc je CHOISIS de penser qu'efficace = ne laisse pas indifférent.

Lisez la suite sur Beauté-Femme50ans.com

Article et Maths : Écrire avec la suite de Fibonacci

0 – Le sujet : Comment écrire un article de blog efficace? Ceci est le sujet d'un évènement proposé par Cédric Vimeux du blog Virtuose Marketing, et auquel cet article participe.
1 – L'idée : Une fois le sujet de l'article établi, je cherche une idée...

Lisez la suite sur Labsids.com

Vous pourriez recevoir **quelques cadeaux** en vous rendant sur ce site...

Cinq astuces pour rendre votre article de blog attractif

Depuis quelques années, les blogs ont fait leur apparition sur internet. Leur croissance a été phénoménale. Des milliers de blogs se créent tous les jours, dans l'optique de parler de son expérience ou de soi. Initialement le blog était un journal intime ou un journal de bord.

Lisez la suite sur Blog-Story.com

Les 4 éléments essentiels pour écrire un article de blog efficace

Découvrez les 4 éléments essentiels pour écrire un article de blog efficace...

Lisez la suite sur Business-Efficace.com

Entreprendre avec un blog pro

Changer de vie en créant un blog professionnel est devenu aujourd'hui simple d'accès. Mais c'est loin d'être facile pour ce qui est de créer sa présence et sa réputation sur internet. Or l'e-réputation et la présence se construisent en partie grâce à ce que vous écrirez.

Lisez la suite sur Aloha-Coaching.com

Comment écrire des articles compréhensibles pour vos lecteurs et à la fois optimisés pour Google

Personnellement, quand j'écris un article sur mon blog, je privilège toujours son écriture à mes lecteurs et non à Google. Je n'essaye pas de mettre 46 fois le même mot-clé dans un même billet. Et je vous conseille de faire de même. Sinon, ça serait totalement incompréhensible pour vos chers lecteurs.

Lisez la suite sur Travail-Indépendant.biz

La technique des 6 chapeaux ou comment écrire facilement un article complet

La méthode des 6 chapeaux a été développée par Edward de Bono et est exposée dans son ouvrage « Six chapeaux pour penser« . Il s'agit d'une méthode de gestion de groupe ou personnelle...

Lisez la suite sur BloguerFacile.fr

Comment écrire un article efficace pour les fainéants

C'est de ne pas l'écrire ! Écrire un article efficacement c'est de ne pas le faire car vous perdez du temps et de l'argent… Effectivement, regardez le temps que l'on perd à écrire un article alors qu'il serait aussi facile, voir plus facile de déléguer cette tâche fastidieuse...

Lisez la suite sur Je-Suis-Riche.com

Comment écrire un article de blog efficace

Comment écrire avec passion un article efficace? Comment créer l'envie de lire votre post jusqu'au bout? Comment communiquer beaucoup en peu de lignes? Comment unir un maximum de clarté à la passion qui vous anime?

Lisez la suite sur Mieux-Etre.mobi

Comment écrire un article de blog efficace

Je voulais depuis quelque temps créer un blog pour aider les blogueurs débutant et surtout s'entraider . L'événement est arrivé à point nommé étant donné que j'ai longtemps cherché par où commencer...

Lisez la suite sur WebmarketingAddict

Comment réaliser un article par jour sur la loi Scellier

Après avoir bien galéré avec la technique de création du blog je me suis enfin demandé comment j'allais m'y prendre pour écrire un article par jour sur la loi scellier. Et je dois dire que je me suis vraiment cassé la tête et d'ailleurs je ne suis pas sûr d'avoir encore vraiment la réponse.

Lisez la suite sur Tout-Sur-Le-Scellier.com

Comment écrire un article de blog avec la méthode des 6 lettres

Comment écrire un bon article de blog avec l'aide de la méthode QQOQCP et les 6 étapes indispensables? voici ce dont je vais traiter: La méthode QQOQCP. Ce que doit contenir obligatoirement un article de blog…

Lisez la suite sur Astuces-Argent.net

Dis ?! Raconte moi une histoire…

En tant que blogueur, vous aimez écrire pour vos lecteurs et vous cherchez constamment à gagner de plus en plus de visibilité. Vous faites tout aussi pour que ces lecteurs reviennent assidûment vous lire. Vous publiez régulièrement et …

Lisez la suite sur Collectif-Webmarketing.com